



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

استخدامات الإنترنت في المؤسسات الاقتصادية وأثرها على
الأداء المهني للعمال.

دراسة ميدانية بمؤسستي ميناء جن جن ودبي - بولاية جيجل -

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذ:

د. محمد الفاتح حمدي.

إعداد الطالبتين:

- كريمة صوفان.

- مليكة بوراوي.

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة جيجل	- أ. بوبصلة آمنة
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	- د. محمد الفاتح حمدي
مناقشا	جامعة جيجل	- أ. خيرى نبيل

السنة الجامعية: 2016/2017.



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

استخدامات الإنترنت في المؤسسات الاقتصادية وأثرها على
الأداء المهني للعمال.

دراسة ميدانية بمؤسستي ميناء جن جن ودبي - بولاية جيجل -

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذ:

د. محمد الفاتح حمدي.

إعداد الطالبتين:

- كريمة صوفان.

- مليكة بوراوي.

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الأستاذ (ة)
رئيسا	جامعة جيجل	- أ. بوبصلة آمنة
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	- د. محمد الفاتح حمدي
مناقشا	جامعة جيجل	- أ. خيرى نبيل

السنة الجامعية: 2016/2017.

شكر و عرفان

بسم الله والصلاة والسلام على أشرف خلق الله

محمد صلى الله عليه وسلم

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل

والذي لولاه لما كنا لنصل لهذا.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذ الدكتور

" محمد الفاتح حمدي "

الذي تشرفنا بإشرافه على هذه المذكرة

وعلى مجهوداته وسعة صبره طيلة فترة بحثنا هذا.

كما لا يفوتنا التوجه بالشكر لأساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال

وعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي

الذين لم ييخلوا علينا بتوجيهاتهم ومساعداتهم لنا.

خطة الدراسة

مقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

تمهيد.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة.

سابعاً: مجالات الدراسة.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها.

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة.

عاشراً: أدوات جمع البيانات.

حادي عشر: الدراسات السابقة.

ثاني عشر: المقاربة النظرية المعتمدة.

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: مدخل نظري حول الانترنت واستخداماتها.

تمهيد.

أولاً: الانترنت واستخداماتها.

1-1- شبكة الانترنت نشأتها وتطورها.

1-2- أهمية وفوائد شبكة الانترنت.

1-3- خصائص ومميزات شبكة الانترنت.

1-4- الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت.

1-5- أهم محركات البحث على شبكة الانترنت.

1-6- إيجابيات وسلبيات شبكة الانترنت.

ثانياً: استخدامات الانترنت داخل المؤسسة الاقتصادية.

2-1- أسباب استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية.

2-2- أهمية الانترنت بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية.

2-3- مجالات استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية.

2-4- تأثير الانترنت على المؤسسة الاقتصادية.

2-5- معوقات استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: مدخل نظري حول الأداء المهني.

تمهيد.

أولاً: الأداء المهني

1-1- أهمية الأداء المهني.

1-2- أنواع الأداء.

1-3- محددات الأداء المهني.

1-4- العوامل المؤثرة على الأداء المهني.

ثانياً: تقييم الأداء المهني.

2-1- طرق تقييم الأداء المهني.

2-2- أهمية عملية تقييم أداء العاملين.

2-3- عناصر تقييم الأداء.

2-4- عوامل تقييم الأداء.

2-5- صعوبات قياس وتقييم أداء العاملين وطرق معالجتها.

خلاصة الفصل.

الفصل الرابع: استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال.

تمهيد.

أولاً: تحليل البيانات الشخصية.

ثانياً: عادات وأنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.

ثالثاً: الإشبعات التي تحققها شبكة الانترنت لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

رابعاً: الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

خامساً: النتائج العامة للدراسة.

سادساً: إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسات السابقة.

خلاصة الفصل.

* الخاتمة.

* توصيات الدراسة.

* الملاحق.

* قائمة المصادر والمراجع.

* فهرس الجداول والأشكال.

* فهرس الموضوعات.

* ملخص الدراسة.



مقدمة

مقدمة:

لقد كان للتقدم العلمي والتكنولوجي اللذان شهدهما نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، دورا كبيرا في التطور والتنمية والاتصال عن بعد في كافة مجالات الحياة، بما فيها المجال الاقتصادي، حيث تغيرت أنماط العمل والأهداف والوسائل، وهذا بإقحام مختلف تكنولوجيات الاتصال الحديثة بالمؤسسات، التي صارت تتنافس فيما بينها على امتلاك وتوظيف هذه التكنولوجيات في ميدان العمل بما يعود بالنفع عليها.

إن من أبرز تكنولوجيات الاتصال الحديثة نجد شبكة الإنترنت، فهي الشبكة العالمية الأوسع للمعلومات التي تخطت حدود الزمان والمكان، وخلقت ثورة معلوماتية أبهرت العالم، وشكلت أكبر بنك معلوماتي عالمي، يسمح لأي إنسان بنشر معلوماته دون شروط وقيود، وجعلت الإنسان يتعرف على مستجدات الحضارة والعلوم في العالم لحظة بلحظة دون تأخير، فبفضل المزايا التي تتمتع بها شبكة الإنترنت من سهولة نقل وتداول المعلومات وتنوعها، إضافة إلى قلة التكاليف الخاصة بها بحيث أعطت حركية واسعة في مختلف المؤسسات الاقتصادية نظرا لتعدد استخداماتها، فقد فتحت أبواب للحوار والنقاش وتبادل السلع والخدمات بين المؤسسات، مما أعطى دفعا قويا لها للتعريف بنفسها محليا وإقليميا ودوليا، وهذا ما دفع بالدول للاهتمام والتسارع لتوظيف هذه التقنية نظرا للتعقيدات الموجودة في المؤسسات الاقتصادية والتي تتطلب السرعة والدقة في إنجاز العمل.

إن هذه التحولات فرضت على المؤسسات الاقتصادية أشكالا وأنماطا أخرى جديدة في تسيير نشاطاتها، مما عزز وزاد من مستوى الكفاءة التشغيلية، والرفع من قدرات المؤسسة الاقتصادية التي أصبحت اليوم ملزمة بتوظيف الإنترنت كتقنية تختصر عليها الوقت والجهد، وتسهل عليها الاتصال وتبادل المعلومات، وهذا باستغلال أهم خدماتها، كخدمة البريد الإلكتروني الذي يستخدم لتبادل الرسائل الإلكترونية سواء بين عمال المؤسسة الواحدة أو المؤسسات الأخرى، وكذا فتحت مجموعات للنقاش وتبادل الآراء والخبرات وتعزيز الشراكة بين هذه المؤسسات، مما أثر بشكل إيجابي

على الخدمات والمنتجات التي تقدمها، فاستغلال الإنترنت نتج عنه زيادة نسبة المبيعات وانخفاض تكاليف الترويج والمعلومات وكذا الاتصال، كما أنها فتحت أسواقا افتراضية يتم فيها تبادل السلع والخدمات، إضافة إلى عقد الصفقات الالكترونية، وفتحت للمستهلك ما يعرف بعالم التسوق الذي يسمح له بالتجول في الأسواق العالمية عبر الشبكة، واقتناء السلع، والحصول على الخدمات التي يحتاجها.

وأصبح بإمكان المؤسسات اليوم تتبع تحركات الأسواق المنافسة وأشهر البورصات العالمية عبر الشبكة والتفاعل معها عن بعد، فاقتصاد المعلومات حاليا ينافس اقتصاد التصنيع بحيث لا يمكن التحقق الثاني إلا اعتمادا على الأول، وهذا ما نتج عنه ظهور التنافسية بين المؤسسات بمختلف أنواعها وخاصة الاقتصادية منها، وفرض عليها مواكبة البيئة العالمية لتطور تكنولوجيات الحديثة حتى تستطيع المنافسة والحفاظ على مكانتها في السوق.

إن التطور الاقتصادي الذي نعيشه اليوم والمنافسة الشرسة فيما بين المؤسسات، أدى إلى ضرورة رفع جودة الخدمات والمنتجات، إضافة إلى تلبية رغبات المستهلكين، والتسارع إلى امتلاك تكنولوجيات الاتصال واستخدامها بطرق جيدة يؤدي إلى اكتساب ميزة التنافسية للاندماج في الاقتصاد العالمي، الذي يؤدي بدوره إلى اكتساب أكبر قدر ممكن من الزبائن والشركاء والموردين وهذا ما ينعكس بشكل ايجابي على مستوى أداء المؤسسة والأفراد، هذا الأخير يعتبر معيارا أساسيا لتقييم نجاح المؤسسات.

لذلك كان لزاما على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية كغيرها من المؤسسات الأخرى ضرورة الخوض في غمار المنافسة العالمية الشرسة، وترك بصمتها بين مختلف هذه المؤسسات، لأن معدل نمو الدول اليوم صار يقاس بما تحققة من انجازات في المجال الاقتصادي.

وتعد مؤسستي ميناء جن حن ودي بولاية جيجل من أهم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، واللذان أولتا اهتماما كبيرا لاستخدام مختلف التكنولوجيات في مجال العمل عامة والإنترنت بشكل خاص

حيث اختصرت عليهما الوقت والجهد في أداء الأعمال بالاستفادة من مختلف المعلومات والبيانات والمعطيات المتضمنة عبر الشبكة، وهذا ما يعود بالنفع على أداء الأفراد والمؤسسة على حد سواء.

وسنحاول من خلال هذه الدراسة الوقوف على واقع استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي بجيجل للإنترنت، وأثر هذا الاستخدام على الأداء المهني لعمال المؤسستين، انطلاقاً من خطة منهجية تتكون من أربعة فصول، الفصل المنهجي والنظري والتطبيقي.

سنعرض في الفصل الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، وكذا أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها، إضافة إلى مفاهيم ومصطلحات الدراسة، ومجالاتها، وبعد ذلك سنتعرف على نوع الدراسة ومنهجها، ومجتمع وعينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات والدراسات السابقة، وأخيراً عرض المقاربة النظرية المعتمدة .

في حين سنتناول في **الفصل الثاني** الذي جاء تحت عنوان: مدخل نظري حول الإنترنت واستخداماتها، الذي قسمناه إلى محورين، المحور الأول سيكون حول الإنترنت واستخداماتها، والذي تطرقنا فيه لنشأة شبكة الإنترنت وأهميتها وفوائدها، وكذا خصائصها ومميزاتها، وأهم خدماتها ومحركات البحث فيها، وفي الأخير سنقدم جملة من النقاط حول إيجابياتها وسلبياتها. أما المحور الثاني فكان تحت عنوان: استخدام الإنترنت في المؤسسات الاقتصادية والذي سنتناول فيه أسباب وأهمية ومجالات استخدام الإنترنت في المؤسسة الاقتصادية، وسنتعرف فيه أيضاً على مدى تأثير الإنترنت على المؤسسة الاقتصادية، لنصل في الأخير لأهم المعوقات التي تواجه استخدام الإنترنت في المؤسسات الاقتصادية.

كما سنتناول في **الفصل الثالث** والذي جاء تحت عنوان: مدخل نظري حول الأداء المهني والذي قسمناه إلى محورين، المحور الأول تناولنا فيه الأداء المهني، أهميته وأنواعه ومحدداته، وصولاً للعوامل المؤثرة على الأداء المهني. أما المحور الثاني فجاء تحت عنوان تقييم الأداء المهني، وقد تناولنا فيه

طرق تقييم الأداء المهني وأهمية عملية تقييم أداء العاملين، إضافة إلى عناصر تقييم الأداء وعوامله وأخيرا حددنا أهم الصعوبات التي تواجه عملية قياس أداء العاملين، وطرق معالجتها.

أما **الفصل الرابع** والذي جاء في إطار الدراسة الميدانية، فكان تحت عنوان: استخدام الإنترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال بمؤسستي ميناء جن جن ودبي بجيجل، حيث سنتطرق فيه لعادات وأنماط استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للإنترنت والإشباع التي تحققها شبكة الإنترنت لعمال المؤسستين وصولا للأثر الذي أحدثه استخدام الإنترنت لدى عمال المؤسستين، وسنختتم دراستنا بجملة من النتائج المتوصل إليها، ثم إثبات ونفي الفرضيات، وصولا إلى خاتمة الدراسة والملخص، والملاحق وقائمة المصادر والمراجع وفهرس الجداول والأشكال وفهرس الموضوعات.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة.

تمهيد.

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة.

سابعاً: مجالات الدراسة.

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها.

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة.

عاشراً: أدوات جمع البيانات.

حادي عشر: الدراسات السابقة.

ثاني عشر: المقاربة النظرية المعتمدة.

خلاصة الفصل.

الفصل الأول: الإطار المنهجي:

تمهيد الفصل الأول:

يعتبر الإطار المنهجي من المنطلقات والدعائم الأساسية ذات الأهمية البالغة في عملية البحث العلمي، لذلك يجب على الباحث عند انطلاقه في دراسة أي موضوع، أن يحدد الإطار العام له وذلك بتحديد إشكالية الدراسة وفرضياتها وتحديد أسباب اختيار الموضوع وأهمية بحثه وأهداف الدراسة، وتعريف القارئ بمفاهيم الدراسة المختلفة ومجالات البحث (البشري، الزماني، المكاني) وصولاً إلى نوع الدراسة ومنهجها، ومجتمع وعينة الدراسة، ثم عرض الدراسات السابقة التي تخدم موضوع الباحث، وأخيراً عرض المقاربة النظرية المعتمدة، وهذه هي الخطوات التي سنتطرق إليها في هذا الفصل.

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

يشهد العالم في الآونة الأخيرة تطورات سريعة، وانفجاراً معلوماتياً ومعرفياً كبيراً، بسبب ظهور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، التي كان لها الدور الكبير في التأثير على جميع ميادين الحياة الاجتماعية، والثقافية، والعلمية والاقتصادية وغيرها، فقد ساهمت في ظهور مجتمع ذكي وافتراضي يتفاعل أفراداً مع بعض دون إعطاء أي اعتبار للحدود الجغرافية.

كما سهلت إمكانية الحصول على المعلومات في أي مكان وزمان، ودون أي قيود وساهمت في ترابط المجتمعات وتقاربها وتحسين مستوى المعيشة، وحل المشكلات الاجتماعية، وتوفير المعلومات المتنوعة، وكذا زيادة التجارة، كما دفعت بالاقتصاد نحو التطور والازدهار، فقد أضحى استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مجتمعاتنا المعاصرة أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه.

وتعد شبكة الأنترنت إحدى التقنيات الحديثة التي أسفرت عنها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتي أحدثت ثورة في عالم الكمبيوتر والاتصال، حيث جعلت العالم قرية صغيرة، وألغت الحدود الجغرافية والزمانية، وجمعت حولها ملايين المستخدمين في وقت وجيز، ونظراً لأن الأنترنت قد شملت كافة مجالات الحياة وأصبحت توجد في جميع المؤسسات التعليمية، والخدمات والاقتصادية... الخ وغيرها من المؤسسات، فقد أصبحت من ضروريات الحياة ولا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنها كونها بمثابة مكتبة عالمية ضخمة يستوجب على كافة العاملين بمختلف القطاعات الاهتمام بها.

وعليه فالأنترنت هي شبكة عالمية ضخمة تربط ملايين الحاسبات الموجودة في مناطق مختلفة من العالم، وهي مكونة من شبكات المعلومات التي تربط بين المؤسسات والشركات التجارية في مختلف دول العالم.

ولا نعتقد أن هناك من يخالف فكرة أن للأنترنت مزايا عديدة، من سرعة الحصول على المعلومات والتصرف فيها إلى تقريب المسافات وتبادل الخبرات. وعليه تسمح عملية استخدام

الأنترنت بتسهيل عملية نقل المعلومات وتسييرها وتوجيهها، وبرمجتها، مما جعل المؤسسات بشتى أنواعها سواء كانت مؤسسات خدمتية أو اقتصادية... الخ تولي اهتماما كبيرا لهذه الشبكة، والتي تعتمد عليها كمحرك لتسيير ونجاح نشاطاتها، حيث نجد أن الكثير من المؤسسات اليوم خاصة منها المؤسسات الاقتصادية، تلجأ إليها لدعم قدراتها الإنتاجية، وضمان إدارة جيّدة لجميع أنشطتها والاستفادة من المزايا التي توفرها.

في ظل هذا المحيط المتّسم بكثرة التطورات، تمثل المؤسسة المصدر الرئيسي للثروة وتوليد فرص العمل، وكذلك أحد أهم القطاعات المجتمعية التي توظف كل الإمكانيات المتاحة والمتوفرة، من أجل بلوغ الأهداف المسطر لها لتلبية حاجات المجتمع، وبالنظر للتحوّلات التي شهدتها الآونة الأخيرة والناجمة عن تزايد أعداد المؤسسات وتطور وسائل العمل والإنتاج وتزايد الاحتياجات البشرية للسلع والخدمات، يصبح الحفاظ على مكانة المؤسسات في السوق، وكذا صورتها لدى جمهورها مرهونا بمدى قدرتها على مواجهة المنافسة، والتكيّف مع الضغوطات التي يفرضها المنافسون، ومسايرة أحدث التطوّرات والتكنولوجيات التي يوظّفونها في تسيير عملهم.

إن عصر المعلوماتية فرض على المؤسسات الاقتصادية بصفة خاصة ضرورة الاعتماد على الأنترنت كمحرك أساسي لتسيير ونجاح نشاطها بحيث تعد ركيزة مهمة للترويج، والإعلام، وكذا تسويق منتجاتها، هذا الأخير الذي يشغل اهتمام أغلب المؤسسات بهدف الربح السريع، والوصول إلى أكبر قدر ممكن من الزبائن في أبعد النقاط وبأقل تكلفة.

زادت أهمية الأنترنت في المؤسسات الاقتصادية نظرا للدور الحيوي الذي تقوم به المؤسسات بصيغتها الاقتصادية في تحقيق الرفاهية وتوفير حاجات المجتمع المتزايدة، وعليه فالأنترنت باعتبارها وسيلة اتصالية وإعلامية تسهل مهام الإداريين والعمال في تسيير العلاقات داخل المؤسسة وخارجها.

إن المورد البشري في أي مؤسسة هو المحرك الأساسي في عجلة التنمية والحراك الاقتصادي وكذا أساس قيام المؤسسة وبقائها، ونموها، وتطورها، كما يعدّ المحدد الأول لمكانة هذه الأخيرة في

محيطها الذي يتّسم بالحركية وعدم الاستقرار، وهذا ما يتطلب رفع مستوى الأداء في هذه المؤسسات وتسخير كل الجهود للارتقاء المستمر بمستوى أداء العاملين فيها وتخصيص ميزانيات كفيلة برفع الأداء وتحقيق مستويات إنتاجية عالية لمواجهة تحديات العصر الذي يتطلب السرعة والدقة والتخطيط.

ولتتمكن المؤسسة من معرفة قدرتها على بلوغ أهدافها أولا فإنّها بحاجة إلى قياس وتقييم نتائجها، أو بالأحرى تقييم أدائها وأداء عمالها الذي ينعكس بالضرورة على الأداء الإنتاجي الذي يتوقف عليه نجاح المؤسسات في الوصول إلى أهدافها المرجوة، فالأداء الجيد هو نتاج جهد سواء كان عضلي أو فكري قام ببدله فرد أو مجموعة من الأفراد لإنجاز عمل، وتحقيق أهداف مسطرة، ومبني على استغلال الموارد المتاحة أو مدخلات المؤسسة بأقل تكلفة وإنتاجية عالية مع الحفاظ على صحة العامل وراحته، وهذا ما يعطي للمؤسسة مكانتها في السوق، بصبغتها الاقتصادية ويضمن لها البقاء والاستمرار والتميز.

وتعد المؤسسات الجزائرية من بين المؤسسات الاقتصادية التي تسعى دائما للارتقاء بمنتجاتها ومواكبة أحدث التطورات في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة والسعي إلى التخلص من الطرق التقليدية للاتصال والتسيير.

من بين المؤسسات الجزائرية التي أدركت أهمية الأنترنت وانعكاساتها على الأداء المهني للعمال نجد "مؤسستي ميناء جن جن ودبي" اللتان تحاولان احتلال مكانة اقتصادية، بين المؤسسات الاقتصادية المنافسة من خلال الاستغلال الأمثل للأنترنت، كشبكة اتصالات تسهل مختلف نشاطاتها.

وهذا ما دفعنا لمعرفة مدى استخدام الأنترنت بمؤسستي ميناء جن جن ودبي وأثر هذا الاستخدام على الأداء المهني للعمال.

وعلى هذا الأساس قمنا بطرح الإشكال الآتي:

● ما مدى استخدام الانترنت داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي؟

وللإجابة عن هذا التساؤل طرحنا التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما هي عادات وأنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت؟
 2. ما هي الإشباعات المحققة من استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت؟
 3. ما أثر استخدام الانترنت على الأداء المهني للعمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي؟
- وانطلاقاً من الأسئلة الفرعية قمنا بصياغة الفرضيات الآتية:

ثانياً: فرضيات الدراسة.

1. يستخدم عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيغل الانترنت بشكل كبير.
2. يستخدم عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيغل الانترنت لتحقيق الإشباعات المعرفية والإخبارية.
3. إن الانترنت وفرت للعمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي أساليب جديدة في التواصل فيما بينهم وإنجاز أعمالهم بسهولة وسرعة ودقة عالية.
4. إن استخدام الانترنت من طرف العمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي يؤدي إلى اكتساب خبرات جديدة من خلال التفاعل مع عمال آخرين في مؤسسات اقتصادية عالمية.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع.

إنّ اختيار الباحث لموضوع معين لا بد أن يكون مبني على مبررات للقيام بهذا الموضوع دون غيره، فالاختيار لا يكون اعتباطيا أو عفويا، إذ لا بد أن يكون نتيجة لمجموعة من المعطيات.

3-1- الأسباب الذاتية:

1. الإحساس بالمشكلة المطروحة، حيث أن التطور الكبير الذي شهدته الأنترنت، أصبح له أثر كبير على التحولات التي حصلت داخل المؤسسات.
2. كون الموضوع في صميم تخصصنا (اتصال وعلاقات العامة).
3. كون الموضوع قابل للدراسة من حيث الإمكانيات البشرية والمادية والوقت أيضا.

3-2- الأسباب الموضوعية:

1. الأهمية العلمية التي يكتسبها الموضوع.
2. محاولة التعرف على كيفية استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للأنترنت، ومدى مساهمتهم للتطورات التكنولوجية.
3. يعد هذا الموضوع من بين الموضوعات التي يمكن دراستها ميدانيا، من خلال تطبيق بعض الإجراءات المنهجية، وبعض أدوات جمع البيانات.
4. محاولة تغطية النقص الذي لاحظناه في مكتبة الجامعة.
5. قلة الدراسات التي أولت الاهتمام بالموضوع داخل جامعة جيكل.

رابعاً: أهمية الدراسة.

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة تتجلى فيما يلي:

1. الاطلاع على مدى وعي العامل الجزائري بأهمية استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية ومواكبة تطورات العصر.
2. الدور الفعال الذي تلعبه شبكة الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية.
3. تزويد الطلبة الجامعيين بمراجع جديدة للبحث، كون التخصص جديد في الكلية (قسم الاعلام والاتصال) وقلة المراجع فيه.
4. معرفة خطوات البحث العلمي والتدرب عليها.
5. إبراز التحديات الجديدة التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية الجزائرية والتي تتماشى مع التطورات العالمية.

خامساً: أهداف الدراسة.

1. إبراز أهمية الانترنت في تخزين ومعالجة المعلومات.
2. التعرف على تأثير الانترنت على الأداء المهني للعمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي.
3. إعطاء صورة عن واقع استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وكيف أثرت على الأفراد العاملين داخلها.
4. إبراز أهمية استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية والوقوف على مدى مساهمتها في الرفع من مستويات أداء العمال من خلال قياس أثرها.
5. إبراز الدور الذي تساهم به الأنترنت في تطوير الأداء داخل المؤسسة الاقتصادية.

6. معرفة الصعوبات التي يجدها العمال عند استخدام الأنترنت داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة.

6-1- الاستخدام: لغة: "استخدم (استخدامًا)، اتخذ الشخص خادمًا، استخدم الآلة لمصلحته". (عبد العزيز محمود، 1997 ص، 34).

ويعرفه المعجم الشامل لمصطلحات العلوم الإدارية والمحاسبة والتمويل والمصاريف (د.س) بأنه: "تشغيل الأفراد". (ص، 244).

- اصطلاحا: يعرف الاستخدام بأنه: " توفير العمالة اللازمة للمنظمة، من حيث النوعية والأعداد المطلوبة وجذب واستقطاب مرشحين محتملين لشغل الوظائف الشاغرة واختيار أفضلهم بالاستعانة بأساليب الاختبار، كالاختبارات، والمقابلات، واتخاذ قرار التعيين، وإبرام عقد العمل". (الصحاف، 1997 ص، 47).

* نستنتج من هذا التعريف أن الاستخدام يعني عملية استقطاب العمال وكذا طرق اختيارهم.

- التعريف الإجرائي: ويقصد بالاستخدام في هذه الدراسة، ذلك الفعل الاتصالي الذي يربط عمال مؤسستي ميناء جن جن ودي بشبكة الأنترنت، والذي يتجسد من خلال الخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنت بمختلف وسائطها، التي يمكن استخدامها لإيجاد المعلومات والعناوين المختلفة لتحقيق حاجات اتصالية بين عمال المؤسسات والتي ترتبط بمختلف المواضيع والمجالات.

6-2- الأنترنت: لغة: "يعود أصل كلمة الأنترنت إلى اللفظة الإنجليزية "Internet"، وهي تتكون من مقطعين (Inter) ويعني (بين)، و (Net) وتعني (الشبكة).

وعليه تكون الترجمة الحرفية للأنترنت (الشبكة البيئية)". (عسيري، 2004 ص، 13).

- اصطلاحاً: "وكلمة انترنت "Internet" هي اختصار للكلمة الإنجليزية " International Network" ومعناها شبكة المعلومات العالمية التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول، عن طريق الهاتف والأقمار الصناعية ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها، من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى أجهزة الخادم "server" التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية والتحكم بالشبكة بصورة عامة". (العاجي، 2010، ص، 13).

* ركز صاحب هذا التعريف على مزايا ووظائف الأنترنت التي تقوم بتبادل المعلومات عن طريق الهاتف والأقمار الصناعية.

"والأنترنت هي مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب، موجودة في آلاف الأماكن حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب استخدام حواسيب أخرى للعثور على معلومات، أو التشارك في ملفات، ولا يهم نوع الحاسوب المستخدم وذلك بسبب وجود بروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية التشارك هذه". (قندلجي، 1999، ص، 281).

* إن مفهوم الأنترنت حسب "قندلجي" يقتصر على عملية التشارك بين مجموعة من الحواسيب والتي يتم من خلالها الحصول على المعلومات.

"ويطلق عليها أيضاً مسمى (شبكة الشبكات) لأن ما تتصل عليها هي شبكات كبرى تتكون من شبكات أصغر، وهذه تتكون من شبكات أصغر، وهكذا حتى تصل إلى الوحدة الأصغر على شبكة الحاسب". (فريد، عزت، 2001، ص، 302).

* ربط صاحباً التعريف مصطلح الأنترنت في مجموعة من الشبكات المتصلة فيما بينها والتي تقوم بتقديم المعلومات من شبكة لأخرى.

كما تعرف بأنها: "شبكة عالمية تجمع بين موارد الاتصالات عن بعد والحواسب (خدم وعملاء)، وهي موجهة لتبادل الوسائط الإلكترونية والمعلومات المتعددة الوسائط والملفات". (معجم المغيث قانون تكنولوجيا الإعلام والاتصال، 2008، ص، 91).

*عرفت هنا الأنترنت بأنها مورد اتصالات وحواسب لتبادل المعلومات والوسائط والملفات.

ويعرفها معجم المصطلحات التربوية والنفسية بأنها: "مختصر "Inter Network"، ومعناها شبكة إلكترونية واسعة الانتشار، أدت إلى نشوء عالم إلكتروني جديد، ويقوم بتحقيق وتأمين الاتصال ما بين أنظمة الكمبيوتر المختلفة بطريقة تناسب وتفيد المشاركين فيها، وتوصف بأنها مجتمع ضخم من شبكات الكمبيوتر المترابطة". (شحاتة، النجار، 2003، ص، 61).

*هذا يعني أن للأنترنت أهمية كبيرة تتجلى في كونها تناسب وتفيد كل المشاركين فيها، وكذا تعمل على تأمين الاتصال بين أنظمة الكمبيوتر المختلفة.

ويعرف سارج دوفولون "Serge Dufoulon" الأنترنت بأنها: "شبكة معلوماتية عالمية يتم من خلالها جمع مختلف المعلومات". (P.7، 2012، Dufoulon).

ويرى فيليب اونجيلهارد "Philippe Engelhard" أن الأنترنت "تقنية لديها امكانية تغيير المجتمع تغييرا مباشرا إذ تملك القدرة على تعديل وجهة نظر الشباب او طريقة تفكيرهم وفي نفس الوقت تغيير أخلاقهم". (P.75، 2012، Engelhard).

6- 3- المؤسسة: لغة: "إن كلمة مؤسسة في الواقع ترجمة للكلمة (Enterprise)، كما يمكن استعمالها ترجمة للكلمتين التاليتين: (Firm) و(Undertaking)". (صخري، 2003، ص، 24).

- اصطلاحا: تعرف المؤسسة بأنها "منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما، تأخذ فيها القرارات حول الوسائل البشرية، المالية، المادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زماني". (بن حبيب، 2009، ص، 28).

* بمعنى أنّ المؤسسة تسعى لتحقيق التوازن بين الموارد المادية والبشرية والأهداف المرسومة من أجل تحقيق الأرباح.

وتعرف أيضا بأنها: "جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستقلة ماليا هدفها توفير الإنتاج لغرض التسويق، وهي منظمة ومجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات، ويمكن أن تعرف بأنها وحدة اقتصادية تجمع فيها الموارد المالية والبشرية اللازمة للإنتاج الصناعي والتجاري أو الخدمات". (عرباجي، 2013، ص، 15).

* هذا يعني أنّ المؤسسة تكون مستقلة ماليا، وتجمع الموارد المادية والبشرية بغية تحقيق أهداف أهمها الإنتاج والتسويق، وتقديم الخدمات.

ويمكن تعريف المؤسسة أيضا بأنها: "مفهوم عام يشمل كل تجمع الأفراد ويخصص لكل فرد دور محدد، بحسب قواعد يلتزم بها الأفراد لتحقيق أهداف معينة، وإنّ المؤسسة تتكون من عناصر ذات علاقة فيما بينها تعمل بشكل منظم (أو شبه منظم) لتحقيق الأهداف". (شوية، 2006، ص، 10).

* بمعنى أنّه يتم داخل المؤسسة توزيع الأدوار بين الأفراد، بناء على قواعد معينة وهذا لتنظيم الأدوار وتحقيق الأهداف.

6-4- المؤسسة الاقتصادية:

- اصطلاحاً: "هي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المتعلقة به، من تخزين وشراء وبيع من أجل تحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها". (حنوش 1981، ص، 05).

* أي أنّ الانتاج والبيع والشراء هي من اهم الاهداف التي تسعى اليها المؤسسة الاقتصادية.

وتعرف المؤسسة الاقتصادية أيضا بأنها: "كل تنظيم اقتصادي مستقل ماليا في إطاره القانوني والاجتماعي، حيث يقوم بإنتاج السلع أو الخدمات وفق أهداف اقتصادية مضبوطة ومعينة". (مشعراوي، 2013، ص، 17).

* بمعنى أنّ عمل المؤسسة يجب أن يكون في إطار قانوني واجتماعي، وهذا لتحقيق أهداف مدروسة.

والمؤسسة الاقتصادية هي أيضا: "شكل اقتصادي تقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها، وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لتقسيم العمل بغية إنتاج وسائل الإنتاج، أو إنتاج سلع الاستهلاك أو تقديم خدمات وهي مجموعة من الأنظمة الفرعية المترابطة فيما بينها، والمرتبطة أيضا بالبيئة الخارجية التي تعمل فيها". (حروش، 2013، ص، 30).

* هذا يعني أنّ المؤسسة الاقتصادية تجمع بين التقنية، والعمل في إطار قانوني واجتماعي وكذا تقسيم الأدوار بين العمال لإنتاج سلع الاستهلاك، كما يشترط وجود ارتباط بين البيئة الداخلية والخارجية لهذا النوع من المؤسسات.

- **التعريف الإجرائي للمؤسسة الاقتصادية:** هي هيكل اقتصادي ربحي بالدرجة الأولى مستقل ماليا أو غير مستقل ماليا تدمج بين العوامل المادية والبشرية، والقانونية والمالية، من أجل إحداث الاستقرار والتوازن بين الإنتاج والتسويق باعتبارهما أهم هدفين تصبوا إليهما هذا النوع من المؤسسات.

6- 5- الأثر: لغة: يعرفه المعجم الوسيط (2005) بأنه مأخوذ من "أثراً وآثأه وأثأه: تبع أثره والحديث: نقله ورواه عن غيره والسيف وغيره أثراً وأثره، ترك فيه علامة يعرف بها". (ص، 05).

- **تعريف الأثر إجرائيا:** ونقصد بالأثر في دراستنا هذه النتائج المحققة من جراء استخدام الأنترنت على أداء العمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

6- 6- الأداء: لغة: يعرفه معجم (المنجد في اللغة والإعلام (2003) بأنه: "القضاء". (ص، 06).

أما المعجم الوسيط فيعرفه بأنه: "التأدية". (مصطفى، الزيات، حامد، والنجار، (د.س) ص، 10).

كما يشير المعنى اللغوي للفعل "أدى" إلى: "معنى المشي مشيا ليس بالسرير ولا بالبطيء وأدى الشيء أي قام به، ويقال أدى فلان الدين بمعنى قضاه وأدى فلان الصلاة أي قام بها لوقتها وأدى

الشهادة أي أدلى بها، وأدّى إليه الشيء أي أوصله إليه، وهكذا فالمعنى الدقيق لكلمة "أداء" في اللغة العربية هو قضاء الشيء أو القيام به". (المبيضين، جرادات، 2001، ص، 42).

– اصطلاحاً: الأداء هو: "المقياس الرئيسي التابع، أو الذي يتم التنبؤ به في الإطار الذي نستخدمه ويصلح كوسيلة للحكم على فعالية الأفراد". (يونس، 2005، ص، 91).

* صاحب هذا التعريف حصر مفهوم الأداء في كونه مقياس يتم من خلاله تقييم نشاط الأفراد.

ويعرفه (Miller et Bromily) بأنه: "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية، واستغلالها بكفاءة وفعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها". (الداوي، 2009 – 2010 ص، 218).

* نستنتج من هذا التعريف أنّ الأداء ينتج بتفاعل عنصرين أساسيين وهما حسن استغلال الموارد البشرية والمالية، والأهداف المحققة من هذا الاستخدام.

ويعرف الأداء أيضاً بأنه: "الإنجاز الذي يتحقق مما يليه الفرد في عمله من مجهود بدني وذهني". (السلمي، 1998، ص، 267).

* هذا يعني أنّ أداء الفرد يظهر بعد إنجازه للعمل الموكّل إليه سواء كان هذا العمل بدني أو ذهني.

و"الأداء ما هو إلا دالة للقدرة على تنفيذ المهام التي يكلف بها الموظف والرغبة في تأدية هذه المهام ويمكن التعبير عن العلاقة بين الأداء والقدرة والرغبة وفق الصياغة الرياضية التالية:

الأداء = القدرة X الرغبة". (العزاوي، حسين جواد، 2013، ص، 333).

* بمعنى أن الأداء هو قدرة الفرد ورغبته في إنجاز المهمة الموكلة إليه، والقدرة والرغبة هما العنصرين الأساسيين لتحقيق الأداء الجيد.

- **التعريف الإجرائي للأداء:** يقصد به في دراستنا هذه تأدية العاملين للمهام والواجبات الموكلة لهم من قبل المؤسسة التي يعملون بها (مؤسستي ميناء جن جن ودبي)، وكلّ حسب دوره ومهامه والتحلي بروح المسؤولية.

6-7- **الأداء المهني:** يعرف الأداء المهني بأنه: "واجب الموظف الذي يتطلب منه أن يقوم بنفسه بالعمل الذي يكلف به، ويخصص وقت العمل الرسمي لأداء واجباته الوظيفية". (الصحاف، المرجع السابق ص، 120).

* صاحب التعريف اعتبر أنّ من واجب الموظف أو العامل إنجاز عمله وتكريس أغلبية وقته وجهده المطلوب لهذا العمل بغية تحقيق الأداء الجيد.

والأداء المهني يعرف أيضا بأنه: "من المفاهيم التي ترتبط بكل من سلوك الفرد والمنظمة حيث يحتل مكانة خاصة داخل أية منظمة باعتباره الناتج النهائي لمحصلة جميع الأنشطة بها، وذلك على مستوى الفرد والمنظمة والدولة". (بن عقيل، 2006، ص، 52).

* هذا يعني أن الأداء المهني هو الناتج النهائي لجميع الأنشطة التي يقوم بها الأفراد وكذلك المؤسسة.

- **التعريف الإجرائي للأداء المهني:** هو الدور والمهام التي يؤديها العامل داخل المؤسسة، وتوظيف قدراته ويظهر هذا الأداء في الإنتاج الذي يعتبر كمنخرج من مخرجات المؤسسة.

6-8- العمال:

- **اصطلاحاً:** "العامل هو الشخص الذي يلزم نفسه لأداء عمل يحتاجه صاحب العمل ويناسب قدراته مقابل تعويض مادي، ووفق شروط ولوائح العمل". (الصحاف، مرجع سابق، ص، 26).

- **التعريف الإجرائي للعامل:** هو الشخص الذي يعمل داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي والذي يبذل جهد فكري أو بدني قصد إنجاز مهام موكلة إليه مقابل أجر مادي، من أجل تحقيق

أهداف المؤسسات اللتان تسعيان إليها، وله مؤهلات علمية وأكاديمية وتقنية ساهمت في اندماجه داخل المؤسسات.

سابعاً: مجالات الدراسة.

يعد التعرّف على مجالات الدراسة عملية ضرورية، ونقطة أساسية في البحث الاجتماعي والإنساني، وذلك لما تكتسيه من أهمية أثناء الدراسة الميدانية حيث أنّه كلّما دققنا في تحديد مجالات الدراسة كلما سهلت عملية البحث، ويجمع أغلب الباحثين في مناهج البحث أنّ لكل دراسة ثلاث مجالات رئيسية وهي كالآتي:

7-1- المجال الجغرافي:

ويقصد به النطاق المكاني للبحث الميداني إذ يشمل في دراستنا هذه مينائي جن جن وديي بولاية جيجل، اللذان يعتبران من أهم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

ويقع مينائي جن جن وديي في الجهة الشرقية لمدينة جيجل تحديداً في المنطقة المسماة "أشواط" يبعد عن مقر ولاية جيجل بحوالي 10 كيلومتر وعن المنطقة الحرة "بلارة" بحوالي 40 كيلومتر كما يبعد عن مطار فرحات عباس بمسافة تقدر بحوالي كيلومترين.

وتقدر مساحة الميناء جن جن بحوالي 140 هكتار مع إمكانية توسيع تقدر بـ: ثلاثين هكتار ويحتوي ميناء جن جن على منشآت قاعدية وفوقية هي كالآتي:

المنشآت القاعدية: يتكون من حاجزين للحماية، طول السد الغربي 3000 متر وطول السد الشرقي 900 متر، ويحتوي على عدة أرصفة للإرساء ذات خصائص مختلفة وهي:

- **رصيف عام لبواخر الشحن:** طوله 770م وعرضه 200م، غاطس السفينة 11م مساحة السطح 15 هكتار.

- رصيف مختلف السفن الحاملة للسيارات:

*الرصيف المختلط: الطول 250م، العرض 300م، غاطس السفينة 11م، مساحة السطح 07.5 هكتار.

*رصيف إرساء السفن الحاملة للسيارات: 03 منصات لجر السيارات، غاطس السفينة 11م مساحة السطح 09 هكتارات.

-رصيف غربي: الطول 1060م، العرض 300م، غاطس السفينة 18.20م، مساحة السطح 30 هكتار.

المنشآت الفوقية: وهي جميع المباني التي يحتوي عليها الميناء وتتمثل في:

- العمارات: وتضم العمارات الإدارية جميع مصالح الميناء إضافة إلى مقر الجمارك وشرطة المرور والحدود، عمارة قيادة الميناء، مركب الصحة مزود بغرفة تغيير الملابس، مبنى إدارة الميناء.

- المستودعات: تحتوي على ثلاث مستودعات مبنية، مساحة كل واحدة منها هي: 1000م² كما تحتوي المؤسسة على هياكل طور الإنجاز في الرصيف الغربي غير معبد ومجموعة من المستودعات مساحتها الإجمالية حوالي 6000م².

- التعريف بمؤسسة ميناء جن جن:

هي مؤسسة اقتصادية عمومية تابعة للمؤسسة القابضة المتعددة الخدمات وهي شركة ذات أسهم برأس مال حالي قدره: 4000.000.000.000 دج إضافة إلى الفرص الكبيرة للاستثمار المتاحة والمتوفرة للميناء، ومن أهم العمليات التي تتم على مستواه هي استيراد السيارات، حيث نجده يحتل المرتبة الأولى فيما يخص هذا النشاط، كما أنّ ميناء جن جن يعتبر أعمق ميناء على مستوى الوطن

وللمؤسسة موقع استراتيجي على المحور الرابط بين قناة السويس وجبل طارق وهو مدعو للقيام بدور مهم في ميدان مسافنة الحاويات.

- نشأة مؤسسة ميناء جن جن:

بعد الاستقلال أصبح ميناء جن جن من ضمن هيكل الدولة، حيث كان تابعا لميناء بجاية حتى سنة 1984، بعدما أعيد هيكلته ليصبح ميناء جيغل مستقلا تحت لواء مؤسسة ميناء جن جن وذلك طبقا للمرسوم رقم 173 المؤرخ في 21 جويلية 1984 برأس مال قدره 5000000 دج في ذلك الوقت.

وفي 09 نوفمبر انطلقت الأشغال به وأوكلت المهمة لبنائه لمجموعة شركات "ابطو" الهولندية وتترأسها شركة "كون دوت" الإيطالية، وقد بلغت تكاليفه 2.5 مليار دينار جزائري، وكانت ممولة من عدة أطراف هي الدولة الجزائرية الصندوق العربي للتنمية الاجتماعية والاقتصادية بالكويت والصندوق السعودي للتنمية، البنك الإسلامي للتنمية، وانتهت هذه الأعمال في نهاية سنة 1992 وفي 1993 أصبح يحمل اسم مؤسسة ميناء جن جن. المصدر: مصلحة التكوين لميناء جن جن.

- التعريف بمؤسسة ميناء دبي:

هي مؤسسة اقتصادية عمومية، تبلغ مساحة الحاويات المستغلة فيها 6.5 هكتار، وتسعى لتوسيع نشاطاتها على مساحة تقدر بـ 75 هكتار، ومن أهم نشاطاتها التسيير النهائي للحاويات وتعامل مع شركات بحرية ومستوردو البضائع، ويبلغ عدد عمالها 26 عامل. المصدر: مصلحة التكوين لمؤسسة ميناء دبي.

* وعليه فإنّ مؤسستي ميناء جن جن ودبي تعتبران من بين أهم المؤسسات الاقتصادية بالجزائر، كما أنّهما تقعان بولاية جيغل التي ننتمي إليها مما سهل علينا إجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات والمعلومات.

7-2- المجال الزمني:

ويقصد به المدة التي استغرقتها دراستنا هذه بأقسامها النظري والمنهجي والميداني بمؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيغل خلال الموسم الجامعي 2016-2017م، وقد مرت دراستنا بمراحل عديدة كانت كالاتي:

- **المرحلة الأولى:** وهي مرحلة تحديد الإطار العام للبحث والذي يشتمل على عنوان البحث ومشكلة وأسئلة البحث، فرضيات البحث، الأهمية، والأسباب وحدود البحث ومبرراته، وتحديد المفاهيم، وقد تم الانطلاق في إنجازها مع بداية شهر نوفمبر واستمر إلى غاية نهاية شهر جانفي 2017م.

- **المرحلة الثانية:** وقد شملت هذه المرحلة جمع المعلومات للإطار النظري والدراسات السابقة للبحث، حيث بدأنا فيه من بداية شهر فيفري إلى غاية بداية شهر مارس 2017م.

- **المرحلة الثالثة:** وشملت هذه المرحلة الشروع في إنجاز الإطار التطبيقي للدراسة والتي بدورها تنقسم إلى عدة مراحل:

المرحلة 1- وهي المرحلة التي قمنا بها من خلال زيارتنا الاستطلاعية وبداية جمع المعلومات عن المؤسستين كما قمنا بتسجيل ملاحظات أولية عن المؤسستين وكان ذلك منذ اليوم الأول لنا بالمؤسستين يوم 08 فيفري 2017م إلى غاية ضبط الاستمارة بعد توزيعها على عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

المرحلة 2- في هذه المرحلة تمت عملية جمع المعلومات من الوثائق الرسمية عن المؤسستين، وكان ذلك يوم 08 فيفري إلى غاية 31 أبريل 2017م.

المرحلة 3- وشملت هذه المرحلة توزيع الاستمارة على عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي الذين يستخدمون الأنترنت، وقد قمنا بتوزيع الاستمارات على المحكمين ابتداء من 10 أبريل 2017م، وتم

استرجاعها يوم 11 أبريل 2017م، وقمنا بتعديل الاستمارة بشكلها النهائي والأخذ بنصائح المحكمين وبعد موافقة الأستاذ المشرف قمنا بطباعتها يوم 12 أبريل 2017م، وبيوم 13 أبريل 2017م قمنا بتوزيع الاستمارة على عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي، ويوم 17 أبريل 2017م قمنا باسترجاعها وتفرغ البيانات، ويوم 21 أبريل 2017م، شرعنا في تحليل البيانات، ثم عرضها على الأستاذ المشرف.

المرحلة الرابعة: وشملت وضع نتائج الدراسة، وإثبات أو نفي الفرضيات، المقدمة والخاتمة، وملخص الدراسة والتوصيات ومراجعة ما قمنا به، وذلك ابتداء من 04 ماي 2017م إلى 25 ماي 2017م.

7-3- المجال البشري:

ويشمل مجتمع بحثنا هذا موظفي مؤسستي ميناء جن جن ودبي الذين يعملون داخل الإدارتين حيث قدر عدد عمال مؤسسة ميناء جن جن في جانفي 2017م بـ 163 عامل موزعين كآتي:

جدول رقم (01): يمثل توزيع عمال مؤسسة ميناء جن جن على مختلف أقسام الإدارة.

التصنيف	عدد العمال
مديرية التدقيق ومراقبة التسيير	10
مديرية الموارد البشرية	58
مديرية المالية والمحاسبة	23
المديرية العامة	02
مديرية الدراسات والتطوير	12
مديرية القيادة المينائية	06
خلية الأمن	04
مديرية الأشغال والصيانة	30
مديرية الاستغلال	18
المجموع	163

* المصدر: مصلحة التكوين لميناء جن جن.

فيما قدر عدد عمال مؤسسة ميناء دبي بـ 26 عامل موزعين على مختلف أقسام إدارة الميناء.

ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها.

" يتوقف تقدم أي علم من العلوم على وجود منهج محدود، واضح المعالم للبحث، يساعد في التوصل إلى معرفة منظمة بجوانب الواقع، بحيث يعتمد الدارسون على المعارف في تحديد النظريات العلمية وفي إعادة فحصها من جديد للتأكد من مصداقيتها، أو إضافة عناصر جديدة لها كي تصبح أكثر شمولاً وتكاملاً". (بن داود، 2007-2008، ص، 224).

*وتعتبر عملية تحديد المنهج في الدراسة أمراً ضرورياً، فأني باحث يريد القيام بدراسة معينة حول موضوع معين يتوجب عليه اختيار المنهج المناسب لدراسته، ويكون اختيار ذلك المنهج حسب طبيعة البحث وموضوعه.

والمنهج يعني: "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة". (بوحوش الذنبيات، 2007، ص، 99).

* وبما أننا نتناول ظاهرة "استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال" فأول هدف نسعى لتحقيقه هو وصف هذه الظاهرة وصفا علميا دقيقا، بعد ذلك وصف العلاقة الموجودة بين هذين المتغيرين ومختلف المفاهيم المرتبطة بها.

ومن هنا يمكننا القول بأن أنسب منهج لدراستنا هو المنهج الوصفي الذي يعد من المناهج الشائعة الاستعمال، خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية.

فالمنهج الوصفي "هو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كمياً عن طريق جمع البيانات ومعلومات معينة، عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة". (عبد المؤمن، 2008، ص، 287).

وعليه "فالدراسات الوصفية تستهدف تقرير خصائص مشكلة معينة ودراسة ظروفها المحيطة بها، أي كشف الحقائق الراهنة التي تتعلق بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأفراد مع تسجيل دلائلها وخصائصها، وكشف ارتباطاتها بمتغيرات أخرى، بهدف وصف ظاهرة، وصفا دقيقا شاملا من كافة جوانبها ولفت النظر إلى أبعادها المختلفة". (شفيق، 2006، ص، 105).

ولقد قمنا باستخدام المنهج الوصفي بغية "معرفة كل حيثيات وجوانب الظاهرة موضوع الدراسة والتحليل بواسطة الاعتماد على دراسات استطلاعية سابقة، ودراسات شاملة حول الظاهرة من أجل الوصول إلى معرفة دقيقة، وبنوع من التفصيل عن مختلف مكونات الظاهرة، تمكنا من التنبؤ بما ستؤول إليه نفس الظاهرة مستقبلا بحكم أن الظاهرة الاجتماعية تتميز بالتغير الزماني المستمر". (جندلي، 2010، ص، 200).

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي بغرض وصف الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة بمؤسستي ميناء جن جن ودبي، وكذا من أجل جمع وتحليل البيانات، والوقوف على مدى استخدام الانترنت في مؤسستي ميناء جن جن ودبي وتأثير هذا الاستخدام على الأداء المهني للعمال.

تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة.

9-1- مجتمع الدراسة.

"إنّ أساس نجاح التعيين يقوم أولا على تحديد مجتمع البحث الأصلي، وبما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا، يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة أو متباينة؟ هل هي موزعة في شكل فئات وطبقات؟ أم غير ذلك؟ ولن يتمكن الباحث من الوصول إلى ذلك إلا بعد الدراسة الوافية الدقيقة له، من خلال الاعتماد على الأساليب العلمية المعروفة في هذا الصدد". (بن مرسل، 2005، ص، 172).

"كما يجب عليه كذلك تحديد الإطار، وهل سيتبع في بحثه طريقة الحصر أو المسح الشامل أو المعاينة (أسلوب العينة)". (غربي، 2009، ص، 27).

ويشمل مجتمع بحثنا عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي الذين يعملون داخل الإدارة بالميناءين والذين يقدر عددهم بـ 189 عامل، ويتميز مجتمع بحثنا هذا بمجموعة من الخصائص أهمها: أنّ أغلب عمال المؤسستين ذكور، واغلبهم شباب، تختلف حالتهم الاجتماعية بين المتزوجين وغير المتزوجين، ومستواهم الاقتصادي بين العالي، المتوسط والمنخفض، وأن أغلبهم متحصلين على شهادات جامعية، وتنحصر وظائفهم ما بين المنفذين، المتحكمين والإطارات.

9-2- عينة الدراسة:

وفي بحثنا هذا اعتمدنا على أسلوب العينة التي هي: "جزء من مجتمع البحث تمثله تمثيلاً مناسباً، هي فئة جزئية من وحدات المجتمع لها نفس خواص المجتمع الأصلي وعليه فإن اختيار العينة وقياس المتغيرات موضوع البحث تكون ممثلة لوحدات المجتمع الأصلي وعندما يفرغ الباحث من تغطية العينة بالدراسة فإن هدفه الأساسي يتركز على تعميم النتائج المحصل عليها من دراسة العينة واسقاطه على محيط المجتمع ومفرداته". (باشيوة، البرواري، السامرائي، 2010، ص، 258).

وبما أن بحثنا يشمل مستخدمي الأنترنت بمؤسستي ميناء جن جن ودبي قمنا باختيار عمال الإدارة كونهم أكثر استخداماً لهذه التقنية وبالتالي اخترنا العينة القصدية لأنها تساعدنا في اختيار مفردات مجمع بحثنا.

"وعليه فالباحث يتقصد اختيار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة، ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع افضل تمثيل. أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو مشابهة للمجتمع الأصلي". (كرو العزاوي، 2008، ص، 173).

"وفي هذا النوع من المعاينة يتعمد الباحث اختيار وحدات معينة يجمع عنها البيانات ويستثني غيرها لأنه يعتقد ان هذه الوحدات تمثل ما يراد دراسته أكثر من تلك". (الحمادي، الجادري، قندلجي، بني هاني أبوزينة، 2006، ص، 206).

"ويتميّز هذا النوع من العينات بسهولة الوصول الى المبحوثين وانخفاض التكلفة والجهد والوقت، ويأخذ على هذه العينة أنّها لا يمكن ان تمثل المجتمع الاصيل بدقة، فيصعب حينئذ تصميم نتائج البحث الذي يتناولها على المجتمع الاصيل كله". (حسو الزبياري، 2010، ص، 124).

"وتصبح العينة المقصودة بديلا ضروريا لأي نموذج من نماذج العينات الاحتمالية اذا كانت حدود مجتمع الدراسة غير معروفة او في حالة يتغير فيها تحديد تلك الحدود". (محمد جابر، 2006، ص، 300).

واعتمدنا على العينة القصدية لأنّ دراستنا تشمل مستخدمي الانترنت فقط، واستخدام الانترنت بمؤسستي ميناء جن جن ودبي يجعل يقتصر على عمال الإدارة دون غيرهم، ولذلك اخترنا هذا النوع من العينات.

وبما أن بحثنا يتكون من 189 مفردة قمنا بأخذ نسبة تقدر بـ 22 % من مجتمع بحثنا، وهذا لان مجتمع بحثنا يقتصر على مستخدمي الانترنت بمؤسستي ميناء جن جن ودبي.

وقد توصلنا إلى النتائج الآتية:

لدينا مجتمع البحث يقدر بـ 189 عامل.

النسبة المختارة (22%) حتى تكون العينة ممثلة من مجتمع الدراسة.

وعليه فإن: 189 ← 100%

س ← 22%

$$41.58 = \frac{4158}{100} = \frac{189 \times 22}{100}$$

وبما أن النتيجة كانت 41.58 فإننا نأخذ بالتقريب 42 عامل، ومنه فإن عينة دراستنا تشمل (42) مفردة من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيجل.

عاشرا: أدوات جمع البيانات.

تعتبر أدوات جمع البيانات "عبارة عن وسائل يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر". (بن مرسل، 2010، ص، 202).

* وهناك عدة أدوات لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة للبحث العلمي ونحن في بحثنا هذا سنعتمد على الأدوات الآتية:

10-1- الملاحظة:

ويقصد بها "المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات أول بأول، وكذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات". (قندجلي، المرجع السابق، ص، 172).

"وتعد الملاحظة من الأدوات البحثية التي يمكن استخدامها للحصول على بيانات تتعلق ببعض الحوادث والوقائع، ويفضل استخدام الملاحظة كأداة بحثية على غيرها من الأدوات وخاصة عندما تكون ممكنة حيث يتم فيها تحديد ما هو مطلوب التركيز عليه وتدوين ما يراه الباحث أو ما يسمعه بدقة تامة". (دياب، 2003، ص، 50).

* وقد ساعدتنا هذه الأداة بمعرفة كيفية استخدام وتعامل عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي مع الأنترنت، حيث قمنا بالتركيز على العينة التي تستخدم الأنترنت دون غيرها، وهذا ما ساعدنا على جمع بيانات ومعلومات كافية ساعدتنا في إنجاز بحثنا، وقد تم تسجيل عدة ملاحظات لها علاقة بموضوع دراستنا. (أنظر الملحق رقم 2).

10-2- الاستبيان:

تعتبر "الاستمارة إحدى الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، وتعتمد الاستمارة على استنطاق الناس المستهدفين من البحث من أجل الحصول على إجاباتهم على الموضوع والتي يتوقع الباحث أنّها شافية بالتمام، مما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على آخرين لم يشتركوا في الاستنطاق الاستبائي". (عقيل، 1999، ص، ص، 148، 149).

وهي: " أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث. (الجبوري، 2013، ص، 147).

"وهي أيضا مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة، عن طريق الاستقصاء التجريبي، أي إجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الناس، وهي وسيلة اتصال رئيسية بين الباحث والمبحوث، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي نريد معلومات عنها من المبحوثين". (سلاطينة، الجيلاني، 2009، ص، 77).

وقد حاولنا ربط الاستمارة بمشكلة وفروض الدراسة، حيث تم صياغة استمارة الاستبيان والتي تحتوي على ثلاث محاور أساسية وهي:

- **المحور الأول:** ويتضمن بيانات شخصية للمبحوثين وعدد أسئلة هذا المحور تقدر بـ (سبعة أسئلة).
- **المحور الثاني:** ويتضمن مجموعة من الأسئلة حول عادات وأنماط استخدام الأنترنت في مؤسستي ميناء جن جن ودبي أسئلة هذا المحور تقدر بـ (ثمانية أسئلة).
- **المحور الثالث:** ويضم مجموعة من الأسئلة حول الاشباكات المحققة من استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للأنترنت، وعدد أسئلة هذا المحور تقدر بـ (سبعة أسئلة).

● **المحور الرابع:** ويتضمن أسئلة حول الاثر الذي أحدثته استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودي، وقد تضمن مجموعة من الأسئلة قدر عددها بـ (تسعة عشر سؤالاً).

وبعد تصميم الاستمارة تم عرضها على لجان التحكيم والمكونة من الأساتذة (سمير لعرج ناجي بولمهار، نبيل خيرى، عبد الوهاب بوبعة)، وبعد مرحلة التحكيم تم ضبط الاستمارة في شكلها النهائي، وتم بعدها طباعة عينة صغيرة لاختبارها على عينة الدراسة لأجل القيام بمراجعتها قبل طباعتها في شكلها النهائي وقد تم طباعة (42 استمارة) تم توزيعها على كل مفردات عينة الدراسة وبعد التوزيع تم استرجاع (42 استمارة) وبعد مراجعتها وجدنا أن عدد الاستمارات القابلة للتفريغ تقدر بـ (42 استمارة).

حادي عشر: الدراسات السابقة.

تعتبر الدراسات السابقة امتدادا للبحوث التي سبقت الدراسة التي ينجزها الباحث، ويعتمد عليها الباحث من أجل إثراء موضوعه سواء من الجانب النظري أو المنهجي، لذا يجب على الباحث البحث عن هذه الدراسات واستخلاص النتائج المتوصل إليها وتوظيفها فيما يفيد دراسته، وهذا من أجل استخلاص نتائج جديدة تخص مواضيع أخرى.

وبما أنّ موضوعنا يربط العلاقة بين الأنترنت واستخدامها وعلاقتها بالأداء المهني للعمال، فقد ارتأينا أن نستفيد من بعض الدراسات الأكاديمية والتي تناولت مواضيع حول الأنترنت والأداء المهني لهذا أوجدنا بعض الدراسات التي تخدم دراستنا ولكن بطريقة غير مباشرة، وذلك إما من الجانب المنهجي أو الموضوعاتي.

تم التعقيب على هذه الدراسات لتوضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، ومجالات الاستفادة منها، ويمكن أن نلخصها فيما يلي:

11-1- الدراسة الأولى: دراسة بعنوان: " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية" للباحث "العربي عطية"، جامعة قاصدي مرباح ورقلة. تسعى هذه الدراسة إلى معرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية وذلك من خلال البحث في حجم الأداء، ونوعية الأداء وكفاءة الأداء، وسرعة الإنجاز وتبسيط العمل وهذا انطلاقاً من التساؤل الرئيسي الآتي:

● ما مدى أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الميداني، أما عن مصادر البيانات والمعلومات فقد اعتمد الباحث على المسح المكتبي من خلال جمع ما تيسر من المؤلفات والبحوث في مجال متغيرات الدراسة، فضلاً عن المقابلات الشخصية كونها أسلوب فاعل في جمع البيانات والمعلومات، وكذلك اعتمد الباحث على الاستبانة.

وأهم النتائج التي توصل إليها الباحث تمثلت في:

- أظهرت هذه الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والأداء الوظيفي للعاملين، مما يؤكد على أن جامعة ورقلة تدرك هذه الأهمية وتسير بخطوات إيجابية في الاستثمار، والتطوير في هذه الأداة.

- أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و(حجم الأداء، نوعية الأداء، كفاءة الأداء، تبسيط العمل).

- أظهرت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء تعزي للمتغيرات (الجنس، المستوى التعليمي).

- أظهرت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي تعزي للمتغيرات (السن، الأقدمية المهنية، الفئة الوظيفية). (عطية، 2012).

تعقيب: هناك تشابه بين هذه الدراسة ودراستنا فكلاهما يهدف إلى معرفة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة، وكذلك أثر هذا الاستخدام على الأداء الوظيفي للعمال، أما عن الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا فيكون في كون هذه الدراسة ركزت على تكنولوجيا المعلومات بشكل عام أما في دراستنا فسننتقل إلى تقنية الأنترنت بشكل خاص في المؤسسة الاقتصادية عكس هذه الدراسة التي كانت بالمؤسسة الخدمية.

11-2- الدراسة الثانية: هذه الدراسة تحمل عنوان: "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة الشركة الوطنية لتوزيع الكهرباء-"، للطالبة "فائزة عبوب" وهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة الدكتور يحيى فارس المدية 2014/2013 وقد اعتمدت الباحثة على التساؤلات التالية:

- ما مدى تطبيق تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز؟

- ما هي العوامل التي تتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة سونلغاز؟

- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على إنتاج المؤسسة؟

وللإجابة على هذه الأسئلة صاغت الباحثة الفرضيات الآتية:

لم يكن تطبيق تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية (سونلغاز) بالشكل الكبير والمطلوب، وذلك لعدة عوامل من بينها التباين في ترتيب استخدام تكنولوجيا الاتصال الأربع المدروسة والعوامل الذاتية للمبحوثين، ولكنها ساهمت في تطوير وترقية مؤسسة سونلغاز، كما عززت هذه التكنولوجيا مكاسب ومكانة مؤسسة سونلغاز في المحيط الداخلي والخارجي.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي وهذا لدراسة واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، وأثر هذا الاستخدام على المؤسسة وفيما يخص أدوات جمع البيانات فقد اعتمدت الباحثة على المقابلة والملاحظة.

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج وهي:

- هناك استخداما متباينا لتكنولوجيا الاتصال الأربع المدروسة بحيث احتل جهاز الحاسوب المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام، بينما احتلت شبكة الإنترنت Interanete المرتبة الثانية في الاستخدام واحتلت شبكة الانترنت المرتبة الثالثة فيما عادت المرتبة الأخيرة لشبكة الإكسترنات.

فيما لم يكن للاهتمام بمتابعة وسائل الاتصال الجماهيرية (صحافة مكتوبة، إذاعة تلفزيون) أثر على ذلك.

- أدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى تحسين مستوى أداء المؤسسة المدروسة، حيث ساهمت في تفعيل الاتصال بشقيه الداخلي والخارجي، وكذا تحسين الإنتاجية ومحيط العمل. (عبوب 2014/2013).

تعقيب: يوجد تشابه بين هذه الدراسة ودراستنا إذ أن هذه الدراسة اهتمت باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية، وكذلك دراستنا، لكن هناك اختلاف بين هذه الدراسة والدراسة التي سنقوم بها حيث ركزت الأولى على استخدام تكنولوجيا الاتصال بصفة عامة، أما في دراستنا فسننتظر إلى استخدام الأنترنت كتقنية أسفرت عنها تكنولوجيا الاتصال الحديثة إضافة إلى ذلك في دراستنا سنتناول أثر استخدام الأنترنت على الأداء الوظيفي للعمال، بينما هذه الدراسة ركزت على استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة لا غير.

11-3- الدراسة الثالثة: هذه الدراسة تحمل عنوان "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء

المؤسسات الإعلامية- مؤسسة الإذاعة والتلفزيون نموذجاً- " للطلبة "لبنى عبد الله العلويين"

وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2009، وقد حاولت الدراسة الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟
- ما مستوى تقييم أفراد مجتمع عينة الدراسة لأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدام تكنولوجيا الاتصال؟
- هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وفقا للخصائص الديموغرافية؟
- هل يوجد أثر ودلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية متمثلا بمجالات (التخطيط، والتنظيم والمتابعة والتقييم واتخاذ القرار والموارد البشرية والإنتاجية وكفاءة الأداء)؟
- وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لغرض وصف الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، والوقوف على مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.
- وقد قامت الباحثة بالاستعانة بالاستبانة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات والمعلومات.
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية، لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال (المتابعة والتقييم).
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال (اتخاذ القرار).

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال (الإنتاجية).

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال (كفاءة الأداء). (عبد الله العلاوين، 2009).

تعقيب: هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا في كونها ركزت على استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة، ونحن في دراستنا قمنا باختيار الأنترنت كتقنية من تقنيات تكنولوجيا الاتصال، كما اعتمدت هذه الدراسة على الأداء داخل المؤسسة، وبما أن الأداء يتجلى في المورد البشري المتمثل في العمال داخل المؤسسة فهذا يتشابه مع دراستنا التي تضم المتغير الثاني والمتمثل في الأداء المهني للعمال، كما تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج وأدوات جمع البيانات.

أما عن أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف مع دراستنا في كونها اهتمت بالأداء في المؤسسة الإعلامية والتي تعبر مؤسسة خدمتية بالدرجة الأولى، أما في دراستنا فستتطرق للأداء المهني في المؤسسة الاقتصادية.

11-4- الدراسة الرابعة: هذه الدراسة تحمل عنوان: "تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء دراسة تطبيقية على الضباط العاملين بالأمن العام" وهي مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الإدارية، قام بها الباحث محمد بن علي المانع، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض 2006، وقد اعتمد الباحث على التساؤل الرئيسي التالي:

● إلى أي مدى يسهم استخدام تقنيات الاتصال في تحسين الأداء في جهاز الأمن العام؟

وقد تفرعت عنه التساؤلات التالية:

- ما واقع تقنيات الاتصال في جهاز الأمن العام في المملكة العربية السعودية؟

- إلى أي مدى سيسهم توظيف تقنيات الاتصال في أداء المهام والواجبات بجهاز الأمن العام؟

- ما طبيعة العلاقة بين توظيف واستخدام تقنيات الاتصال وبين فعالية الأداء الوظيفي لمنسوبي

الأمن العام في المملكة العربية السعودية؟

- ما هي أهم المعوقات التي تواجه جهاز الأمن العام في توظيف تقنيات الاتصال واستخدامها

في أداء المهام والواجبات؟

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، لتحديد العلاقة بين تقنيات الاتصال وتحسين

مستوى الأداء في جهاز الأمن العام، كما استخدم أسلوب المسح الشامل واعتمد على المنهج

الوصفي الوثائقي، كما استعان الباحث بالاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات.

وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية:

- أن أفراد مجتمع الدراسة يميلون إلى الموافقة بدرجة كبيرة على أن واقع تقنيات الاتصال في جهاز

الأمن العام هو واقع متدني ومتأخر.

- أن أفراد مجتمع الدراسة يميلون بدرجة كبيرة جدا إلى أن توظيف واستخدام تقنيات الاتصال

سيحقق بدرجة كبيرة جدا فعالية الأداء الوظيفي لمنسوبي الأمن العام.

- أن أفراد المجتمع يميلون إلى الموافقة بدرجة كبيرة جدا على أن من أهم هذه المعوقات التي تواجه

استخدام التقنية ما يلي: هو قلة هذه الأجهزة وقدم المتوافرة منها وانخفاض تدريب العاملين في الأمن

العام على استخدامها. (بن علي المانع، 2006).

تعقيب: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها اعتمدت على تقنيات الاتصال وبما أن الانترنت

هي تقنية من تقنيات الاتصال فهذه الدراسة تخدم دراستنا من خلال هذا المتغير، وبما أن تكنولوجيا

الاتصال هي أحد أهم العناصر التي تساهم في تحسين الأداء داخل المؤسسات، فهذا الجانب يخدم دراستنا، إضافة إلى تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات.

وفيما يخص أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف مع دراستنا في كون الباحث اعتمد على متغير تحسين الأداء، في حين اعتمدنا في دراستنا على الأداء المهني بصفة عامة، كما أن دراستنا تشمل الأداء داخل المؤسسة الاقتصادية، في حين نجد أن هذه الدراسة ركزت على الأداء داخل مؤسسة أمنية.

11-5- الدراسة الخامسة: هذه الدراسة تحمل عنوان: "تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين، التلفزيون الجزائري أنموذجا" وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، من إعداد الطالب بوترعة عبد الرزاق 2008-2009، وقد اعتمد الباحث على التساؤل الرئيسي الآتي:

- كيف أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة التلفزيون الجزائري على عمل الصحفيين العاملين بها، وهل يتم توظيفها بالشكل الذي يخدم الأداء الإعلامي المطلوب في الرسالة الإعلامية؟

ويندرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية تمثلت في:

- ما هو موقع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في ظل مجتمع المعلومات؟
- ماذا أضافت تكنولوجيا الاتصال الحديثة للعمل الإعلامي؟
- ما هي أهم تكنولوجيا الاتصال المحدث في التلفزيون، ومدى تحكم ومسيرة الصحفيين لها؟
- كيف أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العمل الإعلامي لدى صحفيي التلفزيون؟

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي للوقوف عند العمل الميداني للعمل الإعلامي بالتلفزيون في ظل التكنولوجيا الحديثة للاتصال.

أما عن أدوات جمع البيانات فقد اعتمد الباحث على الملاحظة والمقابلة والاستبيان.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

- أن مؤسسة التلفزيون الجزائري تملك جزءا هاما من الوسائل التكنولوجية الاتصالية الحديثة التي وصلت إليها التقنية الحديثة في مجال الإعلام والاتصال.

- إن تقنيات الاتصال الحديثة غيّرت في الأعمال والقوالب الفنية الإخبارية بالتلفزيون، تناولا وإعدادا وإرسالا.

- أغلب الصحفيين يعتمدون على استعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة في عملهم الصحفي.

- يستعمل الصحفيون الأنترنت في عملهم بنسبة كبيرة، إلا أن هذا الاستعمال هو متوسط في حجمه الساعي، ويكون عادة في حالة غياب المعلومات الضرورية أو قصد التوسع أكثر حول معلومة معينة عند تعذر الانتقال إلى موقع الحدث. (بوترعة 2009/2008).

تعقيب: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تشمل المتغيرين اللذين تحملهما دراستنا، المتغير الأول يضم تكنولوجيا الاتصال الحديثة والأنترنت في دراستنا هو تقنية من تقنيات الاتصال الحديثة أما المتغير الثاني فيشمل الأداء، كما تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج وأدوات جمع البيانات أما أوجه الاختلاف فتتمثل في كون هذه الدراسة اعتمدت على متغير الأداء في المؤسسة الخدمائية (الأداء الإعلامي) في حين دراستنا كانت حول الأداء المهني في المؤسسة الاقتصادية.

11-6- الدراسة السادسة: وهي دراسة قام بها الطالب "شادلي شوقي" وهي بعنوان: " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر -" جامعة قاصدي مرباح، ورقة مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية سنة (2007/2008).

وقد اعتمد الباحث على التساؤل الرئيسي التالي:

● هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تسهم في الرفع من أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الأوضاع الراهنة وتوجه الجزائر نحو بناء مجتمع للمعلومات؟
وهذا السؤال تفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية الآتية:

- إلى أي مدى يتم الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟

- هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر على الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

- هل لتطور البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال للدولة دورا في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لهذه التكنولوجيات؟

ولالإجابة على هذه التساؤلات قام الباحث بصياغة عدة فرضيات محاولا بذلك الإجابة عليها والتأكد من صحتها ضمن الدراسة.

- تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الرفع من مستوى الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- يتناسب حجم المؤسسة طرديا مع درجة امتلاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والقوانين المنظمة في الدولة دورا هاما في درجة تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي واستخدام دراسة الحالة في الجانب التطبيقي إضافة لبرنامج (Ms-Excel) لسنة 2003 واستخدام برنامج (Spss-16) لحساب المؤشرات الإحصائية. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

وهي أن الفرضيات الموضوعة كانت مثبتة جميعها، حيث وجد الباحث أن البنية التحتية موجودة في الجزائر وهي في تطور مستمر، لكن نظرا للمنافسة لا بد من التحرك أكثر، وعلى المؤسسات المالية التدخل في هذا المجال لتسهيل العملية أكثر، في حين كانت النسبة المتوصل إليها تتناسب مع درجات امتلاك المؤسسات لتكنولوجيا، وكان لهذه التكنولوجيات أثر بالغ في تحسين الأداء، وذلك من خلال تخفيض تكاليف الاتصال وتحسين جودة الخدمات المقدمة وسهولة تداول المعلومات. (شادلي، 2008/2007).

تعقيب: هذه الدراسة تساعدنا من خلال تحديد بعض المصطلحات التي تطرقنا إليها نحن في دراستنا إضافة إلى أن الدراستين متشابهتين من حيث الأدوات المستخدمة، كما أن هذه الدراسة تبحث عن أثر التكنولوجيا على أداء المؤسسة الاقتصادية لكن نحن نبحت عن استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثره على الأداء المهني للعمال، فقد اتفقنا في متغير الأداء في المؤسسة الاقتصادية لكن اختلفنا في المصطلحات المتعلقة بالمتغير الأول، وهذا الاختلاف كان طفيفا لأن التكنولوجيا مصطلح شامل والانترنت جزء من هذه التكنولوجيات.

11-7 - الدراسة السابعة: هذه الدراسة تحمل عنوان: " استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز - فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق (GRTO)-" للطالبة "حورية بلعويدات" وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، سنة (2007/2008).

وتدور إشكالية الدراسة حول: واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة والذي كان على شكل التساؤل رئيسي التالي:

● ما هو واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة؟

ولإجابة عن هذا التساؤل قامت الباحثة بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

- ما هو أثر هذا الاستخدام على مستوى أداء المؤسسة؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي التحليلي لأن الدراسة وصفية، في حين كانت الأدوات المستخدمة في جمع البيانات هي (الملاحظة والمقابلة والاستبيان).

وقد توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- تستخدم شبكة الانترنت في المرتبة الثالثة بنسبة استخدام مقدرة بـ (78.88 %) وتستخدم في الحصول على المعلومات، وذلك ما عبر عنه (79.16%) من مستخدمي الشبكة.

- تأثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم للتكنولوجيا، وذلك نظرا لاختلافات موجودة بينهم والتي لخصت في المستوى التعليمي، المنصب، الاهتمام بمتابعة وسائل الاتصال الجماهيري والاستفادة من التدريب لتبنيهم لهذه التكنولوجيا.

- أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى الأداء، حيث كانت النسب المتوصل إليها تدل على أن التكنولوجيا لها أثر بالغ وهي مستخدمة بنسبة (88.1%) كما أشارت الباحثة بأن هذه النسبة تخص مؤسسة سونلغاز شرق ولا يمكن تعميمها على المؤسسات الأخرى. (بولعويديت 2008/2007).

تعقيب: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في أدوات جمع البيانات وفي نوع المؤسسة التي كانت مؤسسة اقتصادية لكلا الدراستين، إلا أنّها اختلفت مع دراستنا في المتغيرات، فالمتغير الأول لهذه الدراسة يحمل مفهوم تكنولوجيا الاتصال والذي يعتبر مفهوم شامل لجميع التكنولوجيات الحديثة بما في ذلك الأنترنت الذي نركز عليه نحن في دراستنا، وعلى الرغم من هذا الاختلاف إلا أن هذه الدراسة ساعدتنا كثيرا في البحث حول دراستنا.

11-8- الدراسة الثامنة: وهي دراسة قام بها الطالب "أمين منصور وافي" بعنوان "الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للإعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة" وهي مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة سنة (2006/2005).

وقد انحصرت إشكالية الدراسة في هذا الطرح:

● من هم الإعلاميون الفلسطينيون؟ وكيف يؤدون رسالتهم الإعلامية في انتفاضة الأقصى التي لم تهدأ؟

وقد قامت الدراسة على جملة من الفرضيات وهي:

- عدم رضا المراسلين عن أدائهم المهني في الانتفاضة إلى الدرجة المقبولة.

- يعاني الصحفي المراسل من ضغوط مهنية وإدارية أثناء تأدية رسالته.

- تأثر الانتفاضة تأثيرا مباشرا في أسلوب أداء المراسل الصحفي، وهي دائما مرجعه المبدئي.

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي لأنه من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، ويتخلل هذا المنهج الأسلوب التاريخي الوصفي والذي استخدمه الباحث في الجانب النظري من الدراسة.

كما اعتمد الباحث على أداتان من أدوات جمع البيانات وهما المقابلة والاستبانة.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

- أن الصحفي المراسل يخضع لبنود عقد عمله في حالة حدوث خطر أو مكروه لحياته.
- أن أقوى الضغوط المهنية والإدارية التي تواجه الصحفي المراسل أثناء العمل هو الإعلان ومؤسساته في المرتبة الأولى، ثم زملاء العمل والعلاقة فيما بينهم. (واي، 2006/2005).

تعقيب: كانت هذه الدراسة مساعدة لنا من خلال التقارب بين عناوين المذكرتين، فهذه المذكرة ركزت على الأداء المهني ونحن كذلك اعتمدنا على هذا المتغير الثاني في دراستنا، لكننا اختلفنا في المتغير الأول الذي كان في هذه الدراسة حول الإعلام الفلسطيني ونحن كانت دراستنا تدور حول الأنترنت واستخداماته، لكن هذا لا يلغي التشابه والترابط بين المتغيرين والعلاقة بينهما في كلتا الدراستين ورغم أن الاختلاف كان في المؤسسات حيث كانت في هذه الدراسة بمؤسسة إعلامية وفي دراستنا مؤسسة اقتصادية، وهذه الدراسة ركزت على نشاط المراسلين الصحفيين إلا أننا ركزنا في دراستنا على مستخدمي الأنترنت فقط، إلا أن هذا لا ينفي بأن هذه الدراسة ساعدتنا كثيراً في بحثنا، خاصة من ناحية المتغير الثاني.

11-9- الدراسة التاسعة: هذه الدراسة تحمل عنوان "الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي

- دراسة ميدانية على العمال المنفذين بمؤسسة سونلغاز- وهي دراسة قام بها الطالب "بوعيط جلال الدين" وهي دراسة مكملّة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس تنظيم وعمل، بجامعة منتوري محمود قسنطينة، سنة (2009/2008).

وقد انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي التالي:

● هل هناك علاقة بين الاتصال التنظيمي والأداء الوظيفي لدى العمال التنفيذيين؟

وقد اندرج تحت هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية:

- هل توجد علاقة بين نمط الاتصال التنظيمي السائد في مؤسسة البحث والأداء الوظيفي للعمال المنفذين؟

- هل المتغيرات التالية: السن، الأقدمية، المستوى التعليمي تأثير على الأداء الوظيفي لدى العمال التنفيذيين في مؤسسة سونلغاز؟

وقد اعتمد الباحث على مجموعة من الفرضيات وهي:

- توجد علاقة بين الاتصال التنظيمي والأداء الوظيفي لدى العمال المنفذين.

وتندرج تحت غطاء هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الجزئية وهي كالتالي:

- توجد علاقة ارتباطية قوية بين الاتصال النازل والأداء الوظيفي لدى فئة البحث.

- توجد علاقة ارتباطية قوية بين الاتصال الصاعد والأداء الوظيفي لدى فئة البحث.

- لا يوجد فرق بين العمال المنفذين في أدائهم الوظيفي يرجع ذلك لعامل السن.

- لا يوجد فرق بين العمال المنفذين في أدائهم الوظيفي يرجع ذلك إلى عامل المستوى التعليمي.

- لا يوجد فرق بين العمال المنفذين في أدائهم الوظيفي يرجع إلى الأقدمية.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، كما اعتمد على الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي:

- وجود علاقة ارتباطية بين الاتصال التنظيمي والأداء الوظيفي لدى العمال التنفيذيين.
- هناك تجانس بين مختلف الفئات التعليمية في إجاباتهم على عبارات الاستبيان المتعلقة بمتغير الأداء الوظيفي، إذ جاءت إجابات كل الفئات متشابهة في الموافقة وعدم الموافقة على بنود الأداء الوظيفي وبالتالي فلا فرق بينهم، ما يعكس حقيقة أن الاختلاف في المستوى التعليمي ليس له تأثير على الأداء الوظيفي لدى العمال التنفيذيين.
- أما فيما يخص الأقدمية في العمل فلم يلاحظ الباحث أي فرق بين استجابات الفئات حول بنود الأداء الوظيفي وبالتالي لا يوجد تأثير للأقدمية على الأداء الوظيفي لدى العمال التنفيذيين داخل مؤسسة البحث. (بوعطيط، 2008/2009).
- تعقيب:** إن التقارب بين دراستنا وهذه الدراسة يكمن في المتغير الثاني وهو الأداء الوظيفي وكذا نوع المؤسسة، إذ أنه في دراستنا ركزنا على المؤسسة الاقتصادية وهذه الدراسة أيضا، كما تشابه هذه الدراسة ودراستنا في نوع المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، فكلتا الدراستين اعتمدتا على المنهج الوصفي والاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات.
- إلا أن هذا لا ينفي وجود اختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا، ونجد الاختلاف يكمن في المتغير الأول إذ أنه في دراستنا ركزنا على الأنترنت، في حين هذه الدراسة ركزت على الاتصال التنظيمي، لكن هذا الاختلاف لا ينفي أن هذه الدراسة ساعدتنا كثيرا في بحثنا.

ثاني عشر: المقاربة النظرية المعتمدة.

تمثل المقاربات العلمية عنصرا مهما في أي دراسة علمية، لأنّ لها دور وأهمية كبيرة في البحث العلمي، حيث تسهل للباحث صياغة مشكلة بحثه وكذا صياغة الفرضيات، كما أنه يلجأ إليها عند تفسير النتائج التي توصل إليها في ضوء المقاربة المعتمدة أو المقاربات، وبما أن موضوعنا يحمل عنوان "استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال"، وكما هو معروف فإن أي نظرية تتضمن مجموعة من الأفكار والفروض العلمية، وعليه فإننا سنعتمد في دراستنا هذه على مقاربتين أساسيتين وهما نظرية الاستخدامات والإشباع، وكذا النظرية الوظيفية.

12-1- نظرية الاستخدامات والإشباع.

"انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات". (المشاقبة، 2010، ص، 84).

و"تسمى بنظرية المنفعة لأننا نتعرض ونذكر الرسائل السارة لنا والتي تساعدنا في إشباع احتياجاتنا أو نتوقع منها أن تشبع هذه الاحتياجات، وهي تركز على ما يفعله الأفراد بوسائل الاتصال الجماهيرية، والتركيز الأساسي على تأثيرات هذه الوسائل على حياة الناس، من خلال إشباع المحتوى والتي تنتج من استخدام رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري وإشباع العملية الاتصالية، والتي تنتج من العملية الاتصالية نفسها". (درويش، 2005، ص، 27).

"ولتشخيص دور دوافع الجمهور ومشاركته الإيجابية في بناء نموذج "الاستعمالات والرضا" نورد تباعا افتراضات ركز عليها بعض أنصاره (Katz , Blumler , Gurevitch):

- تميز الجمهور بمشاركة إيجابية، أي أن استعمال الوسائل يرتبط عموما بمدى تحقيقه لأهداف الجمهور". (دليو، 2003، ص، 31).

*صحيح أن مشاركة الجمهور يمكن أن تكون مشاركة إيجابية من خلال استعمال وسائل الإعلام لإشباع حاجات معينة وتحقيق الهدف من استخدام الوسيلة الإعلامية، لكن هذا لا ينفي وجود جمهور متعرض يتلقى الرسائل الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي يتخذه منها وهناك من يستجيبون لهذه الرسائل وهناك من يتجاهلوها.

- "ترجع المبادرة للمستعمل في ربط إرضاء إحدى حاجاته باختياره للوسيلة مما يفترض عدم الاعتراف بأي علاقة خطية بين الاتصال والاتجاهات والسلوك. أي إلغاء مفهوم التأثير أو ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور.

- تبني وجود علاقة تنافسية بين وسائل الاتصال ومصادر أخرى للحصول على رضا الجمهور". (المرجع السابق، ص، 31).

* لا يمكن نفي وجود علاقة بين الاتصال والاتجاهات والسلوك، إذ أن اتجاهات المتلقي تؤثر على الموقف الاتصالي بشكل مباشر، وتؤثر أيضا على الحكم بنجاح الاتصال أو فشله.

- "افتراض منهجي يقدر بأن الأفراد يملكون قدرة كافية على تشخيص دوافعهم أو احتياجاتهم وبالطرق المناسبة، مما يغفل ذاتية أحكامهم التقديرية وكذا الفروق في المستويات التعليمية.

- إنّ أحكام القيمة حول المعنى الثقافي للاتصال الجماهيري غير صادقة، إذ لم تسبق باستكشاف توجهات الجمهور التي تعتبر هي الأصل، وبالتالي فإن أية محاولة لتفسير تأثير الوسائل تصبح غير مجدية". (دليو، مرجع سابق، ص، 31).

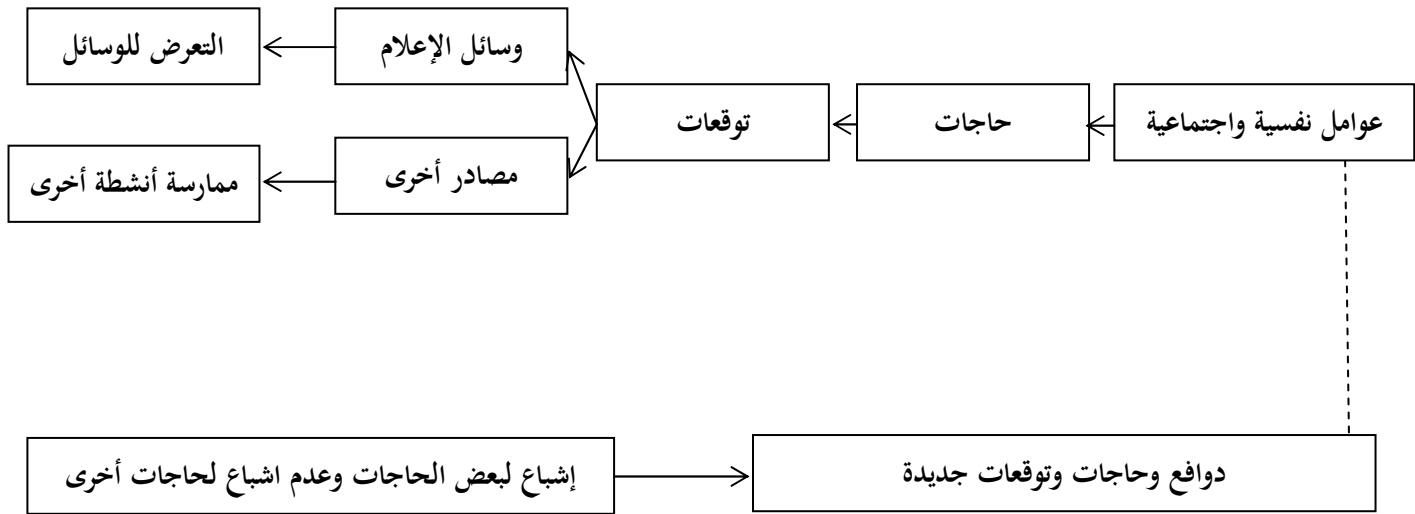
- تطبيق المقاربة على دراستنا:

تعتبر مؤسستي ميناء جن جن ودبي كغيرها من المؤسسات الاقتصادية التي تسعى إلى الحفاظ على مكانتها من خلال جذب انتباه الجمهور نحو الخدمات التي تقدمها، وتعد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من بين الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسات لتسهيل مهام العمال داخلهما

وخارجهما، ومن بين أهم هذه التكنولوجيات نجد الأنترنت كتقنية تستخدم بشكل كبير وواسع داخل المؤسسات لإشباع الحاجات والرغبات انطلاقاً من كيفية الاستخدام.

وعليه فإن هذه المقاربة تخدم دراستنا لأننا سنتناول فيها مدى استخدام الإنترنت في مؤسستي ميناء جن جن ودبي، وكذلك معرفة الحاجات والرغبات وعادات وأنماط هذا الاستخدام.

الشكل رقم (01): مخطط يوضح نموذج الاستخدامات والإشباع.



(عواجي صلوي، (د.س)، ص، 10).

12-2- النظرية الوظيفية:

"تعتبر هذه النظرية الوجود الاجتماعي واستمراره وظيفياً وقد ارتبط تصور المجتمع كوحدة كلية بمفهوم النسق الاجتماعي الذي يتضمن معناه في هذه الحالة تشكل الوحدة النسقية من أجزاء مترابطة متساندة، يقوم كل جزء منها بوظيفة أو أكثر، تلبي حاجات النسق والأعضاء فيه". (عثمان، 2008 ص، 41).

- المبادئ التي تركز عليها النظرية البنوية:

"ترتكز هذه النظرية بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام واستمرارية تطوره وتحديثه في نفس الوقت. وهذا

ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين أمثال "أوجست كونت" و"إميل دوركايم" و"هربرت بنسجر" وأيضا آراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين مثل "تالكوت بارسونز" و"روبرت ميرتون" وغيرهم". (عبد الرحمن، 2004، ص، ص، 146، 147).

ومن بين مبادئها أيضا نجد:

- "يتكون المجتمع أو المجتمع المحلي أو المؤسسة أو الجماعة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء أو وحدات مختلفة بعضها عن بعض، وعلى الرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجانسة ومتجاوبة وحداتها مع الأخرى.

- المجتمع أو الجماعة أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلًا بنيويًا وظيفيًا إلى أجزاء وعناصر أولية، أي أن المؤسسة تتكون من أجزاء وعناصر لكل منها وظائفها الأساسية. (الحسن، 2010، ص، 56).

"تؤكد الوظيفة على ثلاث قضايا أساسية في تحديد الأنساق الاجتماعية وهي:

- "الترابط العام، أو الاعتماد المتبادل بين أجزاء النسق.

- وجود صيغة سوية من التوازن تشبه في معناها الحالة الصحية السوية للكائن الحي.

- الطريقة التي يعاد فيها تنظيم الأجزاء بحيث تعود معها الأمور إلى وضعها الطبيعي". (والاس، وولف (2011-2012)، ص، 53).

- تطبيق المقاربة على دراستنا:

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على النظرية البنائية الوظيفية لما لها من علاقة مباشرة بموضوعنا حيث تعتبر وسائل الاعلام والاتصال بصفة عامة والأنترنت بصفة خاصة نظام اجتماعي ونسق له وظيفة ترويجية وإعلامية، كما يقوم بوظيفة نقل المعلومات مما يساعد على تحقيق الرفاهية والراحة

النفسية واختصار الوقت والجهد للعمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي، وهذا يساهم في تحقيق التوازن والتماسك والاستقرار، ويشبع حاجات الأفراد المختلفة.

وعلى ضوء هذا المنظور سنحاول تحليل مختلف وظائف الأنترنت وكذا دراسة النتائج التي تظهر من خلال استعمال عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي لهذه التقنية، فمن خلال هذه النتائج يمكننا أن نعرف تكامل المجتمع في وظائفه وإذا كان هناك خلل سيتم إدراكه من خلال هذه النتائج، وهذا من خلال دراسة العلاقة بين النسق الاجتماعي (عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي) ووسائل الإعلام الجماهيرية (الأنترنت).

الشكل رقم (02): نموذج النسق الاجتماعي عند بارسونز.



(المعايير والنسق تدعم قيم أساسية مثل الولاء).

(خلف عبد الجواد، 2009، ص، 165).

خلاصة الفصل الأول:

ما يمكن الخروج به في هذا الفصل هو أن الإطار المنهجي ضروري في بحوث الإعلام والاتصال، كونه يسهل للباحث القيام بدراسته، فمن خلال المشكلة يتسنى للباحث الإلمام بموضوعه من كافة الجوانب، وهذا ما يسهل على المطلع معرفة مشكلة البحث.

وقد تناولنا فيه أهم مفاهيم البحث، وقمنا بتحديد مجالات الدراسة التي سنمهد من خلالها إلى العمل الميداني، وكذلك تحديد مجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات، ووظفنا الدراسات السابقة التي ساعدتنا في معرفة جهود الباحثين والعقبات التي واجهتهم محاولين بذلك تفاديها في دراستنا هذه، كما قمنا بتوظيف مقاربات نظرية ساعدتنا في صياغة مشكلة الدراسة وفرضياتها، وستساعدنا لاحقا في تفسير نتائج الدراسة في ضوء هذه النظريات.

قائمة مصادر ومراجع الفصل:

- 1- أمل، عبد العزيز محمود. (1997). الأداء القاموس العربي الشامل عربي عربي. (ط1). (د.ب): دار الراتب الجامعية.
- 2- المعجم الشامل لمصطلحات العلوم الإدارية والمحاسبة والتمويل والمصارف انجليزي/عربي. (د.س). (ط1). لبنان: دار الجماهيرية للنشر والتوزيع.
- 3- حبيب، الصّحاف. (1997). معجم إدارة الموارد لبشرية وشؤون العاملين عربي إنجليزي. (ط1). لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- 4- علي بن عبد الله، عسيري. (2004). الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت. (ط1). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 5- عمر موفق بشير، العبايجي. (2010). الإدمان والانترنت. (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 6- عامر، قندلجي. (1999). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات. (ط1). عمان: دار اليازوري العلمية.
- 7- محمد فريد، محمود عزت. (2001). القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية إنجليزي/عربي. (د.ط). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 8- المغيث معجم قانون تكنولوجيا الإعلام والاتصال عربي فرنسي انجليزي. (2008). (ط1). (د.ب): مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني.
- 9- حسن شحاتة، زينب النجار. (2005). معجم المصطلحات التربوية والنفسية. (ط1). (د.ب). (د.د).

10- Serge, Dufoulon .(2012) .**Internet Oula Boite A Usagesk**, (s.edt) .Paris : (L'harmattan).

11- Philippe, Engelhard.(2012).**L'internet Change -T- Il Vraiment Nos Sociétés ?**.(s.edt) Paris: (L'harmattan).

12- عمر، صخري. (2003). **اقتصاد المؤسسة**. (ط3). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

13- عبد الرزاق، بن حبيب. (2009). **اقتصاد وتسيير المؤسسة**. (ط4). (د.ب): ديوان المطبوعات الجامعية.

14- إسماعيل، عرباجي. (2013). **اقتصاد وتسيير المؤسسة: أهمية التنظيم ديناميكية الهياكل**. (ط3). الجزائر: موفم للنشر.

15- سيف الإسلام، شوية. (2006). **سلوك المستهلك والمؤسسة الخدماتية إقتراح نموذج التطوير**. (د.ط). قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية.

16- زكي، حنوش. (1981). **الرقابة والتخطيط في المشروع**. (ط1). الجزائر: مديرية الكتب والمطبوعات.

17- يوسف، مشعراوي. (2013). **أساسيات في إدارة المؤسسات**. (د.ط). الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.

18- رفيقة، حروش. (2013). **اقتصاد وتسيير المؤسسة**. (د.ط). الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.

19- **المعجم الوسيط**. (2005). (ط4). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

20- **معجم المنجد في اللغة والإعلام**. (2003). (ط40). لبنان: دار المشرق.

- 21- إبراهيم مصطفى، أحمد حسن الزيات، عبد القادر حامد، محمد علي النجار. (د.س). المعجم الوسيط. (د.ط). تركيا: المكتبة الإسلامية للنشر والتوزيع.
- 22- عقلة محمد المبيضين، أسامة محمد جردات. (2001). التدريب الإداري الموجه بالأداء. (د.ط). القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- 23- طارق الشريف، يونس. (2005). معجم مصطلحات العلوم الإدارية والمحاسبة والانترنت. (ط1). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 24- الشيخ، الداوي. (2010/2009). تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء. مجلة الباحث. (العدد 07). الجزائر: (د.د).
- 25- علي، السلمي. (1998). إدارة الموارد البشرية. (د.ط). القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 26- نجم عبد الله العزاوي، عباس حسين جواد. (2013). الوظائف الاستراتيجية في إدارة الموارد البشرية. (د.ط). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر ولتوزيع.
- 27- ناصر بن محمد، بن عقيل. (2006). العلاقات الإنسانية وعلاقتها بالأداء الوظيفي. رسالة منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض: قسم العلوم الإدارية.
- 28- العربي، بن داود. (2008/2007). فعالية الاتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية. رسالة منشورة. جامعة منتوري قسنطينة: قسم علم الاجتماع والديموغرافيا.
- 29- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات. (2007). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. (ط4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

- 30- علي معمر، عبد المؤمن. (د.س). **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب**. (ط1). ليبيا: إدارة المطبوعات والنشر.
- 31- محمد، شفيق. (2006). **البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية**. (د.ط). (د.ب): دار المكتب الجامعي الحديث.
- 32- عبد الناصر، جندلي. (2010). **تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية**. (ط3). (د.ب): ديوان المطبوعات الجامعية.
- 33- أحمد، بن مرسل. (2005). **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 34- علي، غربي. (2009). **أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**. (ط1). قسنطينة: دار الفائز للطباعة والنشر والتوزيع.
- 35- لحسن عبد الله باشيوة، نزار عبد المجيد البرواري، عدنان هاشم السامرائي. (2010). **البحث العلمي، مفاهيم، أساليب، تطبيقات**. (ط1). الأردن: الورق للنشر والتوزيع.
- 36- عبد الله عامر، الهمايلي. (2003). **أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته**. (ط3). ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- 37- أحمد، بدر. (1996). **أصول البحث العلمي ومناهجه**. (ط9). الإسكندرية: المكتبة الأكاديمية.
- 38- أحمد، بن مرسل. (2010). **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**. (ط4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 39- سهيل رزق، دياب. (2003). **مناهج البحث العلمي**. (د.ط). فلسطين: (د.د.).

- 40- عقيل حسين، عقيل. (1999). **مناهج البحث العلمي**. (د.ط.). (د.ب.): مكتبة مدبولي.
- 41- حسين محمد جواد، الجبوري. (2013). **منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية**. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 42- بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني. (2009). **أسس البحث العلمي**. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 43- العربي، عطية. (2012). **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية**. رسالة منشورة. مجلة الباحث (العدد 10). الجزائر: (د.د.).
- 44- فائزة، عبوب. (2014/2013). **استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية**. رسالة منشورة. جامعة يحيى فارس المدية: قسم الاعلام والاتصال.
- 45- لبنى عبد الله، العلاوين. (2009). **تكنولوجيا اتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية**. رسالة منشورة. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: قسم الاعلام.
- 46- محمد بن علي، المانع. (2006). **تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء**. رسالة منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض: قسم العلوم الإدارية.
- 47- عبد الرزاق، بوترعة. (2009/2008). **تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين**. رسالة منشورة. جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة: قسم علوم الاعلام والاتصال.
- 48- شوقي، شادلي. (2008/2007). **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**. رسالة منشورة. جامعة قاصدي مرباح ورقلة : قسم العلوم الاقتصادية.

49- حورية، بوالعويديات. (2008/2007). استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. رسالة منشورة. جامعة منتوري قسنطينة: قسم علوم الاعلام والاتصال.

50- أمين منصور، وافي. (2006/2005). الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للعاملين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى. رسالة منشورة. جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة: قسم علوم الاعلام والاتصال.

51- جلال الدين، بوعطيط. (2009/2008). الاتصال التنظيمي وعلاقته بأداء الوظيفي. رسالة منشورة. جامعة منتوري محمود قسنطينة: قسم علم النفس والعلوم التربوية والأرطوفونيا.

52- عبد الرحمن، المشاقبة. (2010). نظريات الإعلام. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

53- عبد الرحيم، درويش. (2005). مقدمة إلى علم الاتصال. (د.ط.). (د.ب.): مكتبة نابلسي للنشر.

54- فضيل، دليو. (2003). الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

55- عبد الحافظ، عواجي صلوي. (د.س.). نظريات التأثير الإعلامية. (د.ب.). (د.د.).

56- إبراهيم عيسى، عثمان. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. (ط1). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

57- عبد الله، عبد الرحمن. (2004). الإعلام (المبادئ والأسس النظرية والمنهجية). (د.ط.). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

58- إحسان محمد، الحسن. النظريات الاجتماعية المقدمة دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة. (ط2). الأردن: دار وائل للنشر.

59- ريث.و، إلسون.و. (2011-2012). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. (محمد عبد الكريم الحوراني، مترجم). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

60- مصطفى، خلف عبد الجواد. (2009). نظرية علم الاجتماع المعاصرة. (ط1). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الفصل الثاني:

مدخل نظري حول الانترنت واستخداماتها.

تمهيد.

أولاً: الانترنت واستخداماتها.

- 1-1- شبكة الانترنت نشأتها وتطورها.
- 1-2- أهمية وفوائد شبكة الانترنت.
- 1-3- خصائص ومميزات شبكة الانترنت.
- 1-4 - الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت.
- 1-5- أهم محركات البحث على شبكة الانترنت.
- 1-6 - إيجابيات وسلبيات شبكة الانترنت.

ثانياً: استخدامات الانترنت داخل المؤسسة الاقتصادية.

- 1-2- أسباب استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية.
- 2-2- أهمية الانترنت بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية:
- 2-3- مجالات استخدام الانترنت في المؤسسات الاقتصادية.
- 2-4- تأثير الانترنت على المؤسسة الاقتصادية.
- 2-5- معوقات استخدام الأنترنت في المؤسسات الاقتصادية.

خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: مدخل نظري حول الانترنت واستخداماتها:

تمهيد الفصل الثاني:

تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أبرز المظاهر التي دفعت بالمجتمعات إلى الرقي والتطور في مختلف ميادين الحياة، وقد أصبحت هذه التكنولوجيا ضرورة ملحة تستخدم في كافة المجالات، ومن أبرز هذه التكنولوجيات نجد شبكة الانترنت التي أضفت ميزة التفاعلية والتكامل بين التكنولوجيات الأخرى ومستعمليها، في المؤسسات عامة، والاقتصادية خاصة، حيث سهلت عملية انجاز المشاريع التي كانت صعبة في وقت مضى، وكذا القيام بالمهام والأعمال بسرعة وتبادل المعلومات في أوقات قياسية، وبأقل تكلفة لانجاز أعمالها وأنشطتها من إنتاج وتسويق وتجارة وغيرها، محاولة منها الرفع من أدائها والبقاء في ظل المنافسة الشرسة.

وعلى هذا الأساس سنطرق في هذا الفصل إلى نشأة شبكة الانترنت، وأهميتها وفوائدها، وكذا خصائصها ومميزاتها، إضافة إلى أهم محركات البحث وصولاً إلى إيجابياتها وسلبياتها، كما سنتطرق إلى أسباب استخدام المؤسسات الاقتصادية لشبكة الانترنت، وسنتعرف على أهمية هذا الاستخدام ومجالاته، إضافة إلى تأثير الانترنت على المؤسسة الاقتصادية وأهم معوقات هذا الاستخدام.

أولاً: الانترنت واستخداماتها.

1-1- شبكة الأنترنت نشأتها وتطورها:

"بدأت فكرة الأنترنت سنة 1957م إبّان الحرب الباردة، عندما فكرت وزارة الدفاع الأمريكية التي أوكلت لها مهمة تركيز شبكة تبادل للمعلومات والاتصالات قادرة على مواصلة الأشغال عند الإضرار بجزء منها، فقامت الوكالة بدراسة في هذا الغرض لحساب الطيران العسكري بالولايات المتحدة الأمريكية، اعتمدت على مبدأ الشبكات اللامركزية والسرديّة". (بعيز، 2012، ص، 22).

وفي عام 1969م عندما خشيت وزارة الدفاع الأمريكية أن يؤدي الهجوم بالأسلحة النووية إلى الولايات المتحدة الأمريكية في حالة نشوب حرب إلى انقطاع قنوات الاتصال بين المراكز الرئيسية للمعلومات في وزارة الدفاع الأمريكية، فتم توصيل أجهزة كمبيوتر فيما بينها. وسمي هذا النظام في البداية باسم "أربانت". (تومي، 2009، ص، 162).

"وقد بدأ هذا المشروع بـ 4 أجهزة في أربع أماكن مختلفة بعيدة عن بعضها البعض، وتم تبادل المعلومات بواسطة خطوط التلفون، ومن هنا بدأت الجامعات في الدخول إلى هذا النظام". (سالم، 2002، ص، 79).

"وفي عام 1973م خرجت شبكة "أربانت" إلى العالمية حيث تم في هذا العام أول ربط دولي بالشبكة، وذلك بجامعة لندن، بالمحكمة المتحدة ومؤسسة "رويال ريدر" في النرويج". (أحمد الساري، 2011، ص، 368).

"وفي عام 1983م ظهرت شبكة جديدة سميت باسم "مل نت" لتخدم المواقع العسكرية فقط وأصبحت شبكة "أربانت" تتولى أمر الاتصالات غير العسكرية". (النوي، 2010، ص، 24).

"وفي المختبر الأوروبي للفيزياء والجزيئات CERN نشر مشروع الشبكة العالمية الويب، من قبل العالم الإنجليزي "تيم بيرنرزلي" في عام 1989م". (الدليمي، 2012، ص، 100).

"وفي عام 1990م تم إغلاق أربانت وإنترنت تتولى المهمة في المقابل. وفي عام 1991م جامعة مينوسوتا الأمريكية تقدم برنامج غوفر (Gopher)، وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة". (عليان، 2010، ص، 232).

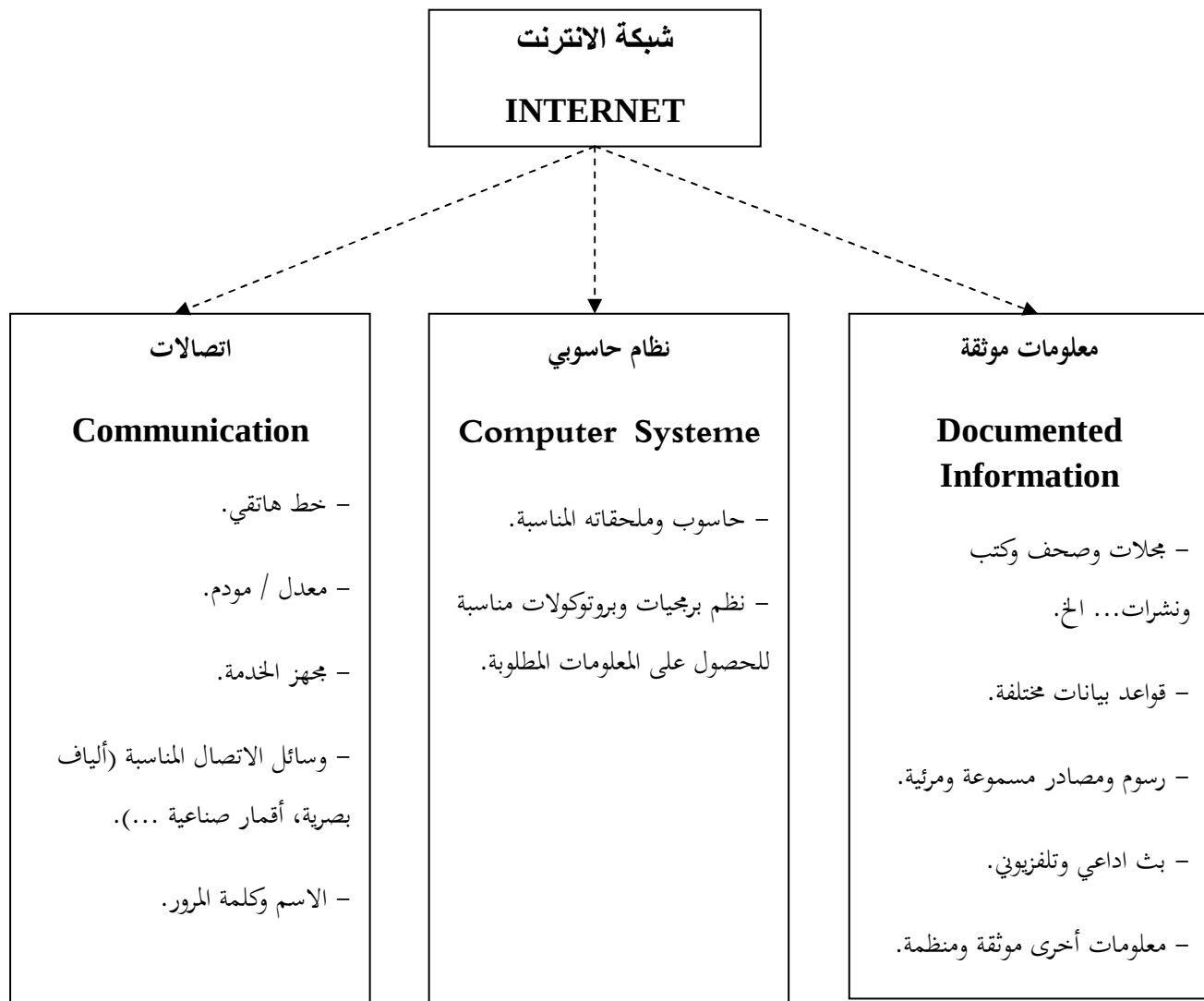
"ولكن الانفجار الحقيقي للإنترنت لم يتم إلا بعد سنة 1993م، حيث سمحت السلطة الأمريكية في عام 1994م لظهور شركات خاصة تتاجر بارتباط العامة بخدمات الإنترنت". (الهاشي، 2012، ص، 246).

"فقد تغلغت الإنترنت الآن في شتى أنحاء العالم لتقوم بدور القناة اللازمة لبث الثقافة الغربية وثمارها، ولوحظ أن لاستخدام الإنترنت تزايد حيث بلغ عام 1993م أكثر من 50 % من حركة الاتصالات". (سعد الدين، 2002، ص، 270).

"وفي عام 1996م أصبحت "أنترنت" و"ويب" كلمات متداولة عبر العالم وأصبحت انترنت من المواضيع الساخنة ابتداء من التصميم الأول للشبكة". (عليان، مرجع سابق، ص، 232).

*أما حالياً فنجد أن شبكة الإنترنت قد فرضت نفسها في كل مجال من مجالات الحياة الإنسانية.

الشكل رقم (03): يوضح تصور لمكونات الأنترنت.



(قندلجي، السمراي، 2002، ص، 431).

1-2 - أهمية وفوائد شبكة الأنترنت:

- "تعتبر الأنترنت إحدى التقنيات الهامة التي يمكن استخدامها في التعليم العام بصفة عامة، وقد أكد على هذه الأهمية (Ellsworth 1994) حيث قال: "إنه من المفرج جدا للتربويين أن يستخدموا شبكة الأنترنت التي توفر العديد من الفرص للمعلمين وللطلاب على حد سواء بطريقة ممتعة" أما (Watson 1994) فقال: "تعتبر وسائل الاتصال الحديثة من أهم الأدوات التي استخدمت في التدريس". (رشراش، عبد الخالق، 2008، ص، 316).

- "تسمح شبكة الانترنت بمرور كم هائل من المعلومات بسرعة عالية وبتكلفة رخيصة بمختلف أنحاء العالم، كما أن استخدام البريد الالكتروني يتوافق مع معظم الأجهزة المنتشرة جغرافيا في أنحاء العالم وكان هذا هو أحد الأسباب الرئيسية لحدوث التزايد السريع في عدد المستخدمين لشبكة الانترنت". (عبد الصبور، 2001، ص 82).
- "الاشتراك مجانا بمجلات إلكترونية عبر البريد الالكتروني (Mail Glist) لكافة مجالات الحياة الأكاديمية والغير أكاديمية وفي الجانب الآخر سهولة معلومات معينة إلى عدد من المشتركين.
- "تسهيل إمكانية التعاون بين الأفراد والمؤسسات في الوطن الواحد وفي العالم أجمع". (الملاح 2010/2011، ص، 21).
- "الحوار وتبادل الآراء: من خلال جميع فنون العمل الإعلامي.
- دراسة علمية: حيث يمكن الحصول على المعلومات العلمية والمنهجية والاقتصادية وغيرها.
- الإعلام فقد ساهم الانترنت في توسيع حركة النشر وزيادة عدد أفراد الصحف.
- معجم علمي واسع: ويشمل العلوم والمعارف". (دعس، 2010، ص، ص، 44، 45).
- "استرجاع المعلومات لمختلف الموضوعات عبر الحواسيب المنتشرة في العالم.
- تؤمن الشبكة الحصول على أي ملف أو وثيقة بأسرع وقت ممكن.
- إتاحة النشر الإلكتروني والنشر الفوري للمعلومات". (المدادحة، 2009، ص، 104).

1-3- خصائص ومميزات شبكة الانترنت:

تتميز شبكة الانترنت بمجموعة من الخصائص تميزها عن باقي تكنولوجيات الاتصال الأخرى وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

- "موت المسافات: الموقع الجغرافي لم يعد عاملاً مهماً يؤخذ بعين الاعتبار عند التعاون بين الشركاء التجاريين، مؤسسات سلاسل التوريد، أو الزبائن أو حتى عند المحادثة بين الأصدقاء على الشبكة (Chattig)، الانترنت جعلت من الموقع أقل أهمية ومكنت العديد من البائعين والمشتريين من تخطي الوسطاء التقليديين". (نصير، 2005، ص، 41).

- "تنوع المصادر التي يمكن الارتباط معها بدوره يؤدي إلى تنوع المعلومات التي يمكن الحصول عليها، مكتبات، جامعات، مراكز البحث، أفراد.

- شبكة الانترنت يمكن أن تكون أداة فعالة في تثقيف المجتمعات، وكسر حواجز الأمية التكنولوجية وذلك من خلال نشر الوعي المعلوماتي عند المستخدمين وتطوير إمكاناتهم البحثية والحياتية". (جاسم، 2012، ص، 186).

- "إن استخدام شبكة الانترنت في المدارس يقلل من عزلتها عن العالم الخارجي فمن خلال استخدام البريد الإلكتروني وخدمات الانترنت الأخرى يمكن الاتصال بين المعلمين في العالم وتبادل الآراء والوثائق والدراسات كما يمكن الاتصال بأولياء أمور الطلبة وإطلاعهم على مستوى أبنائهم ومشاركتهم في العملية التربوية". (عيادات، 2004، ص، 183).

- "تقوم بزيادة الكفاءة التشغيلية لهذه الأعمال والقدرات. وقد أشار أنتوني تجان (A.Tjan) إلى أهمية التوازن في طرح مسألة الانترنت من حيث أن الاهتمام بالانترنت يجب أن لا يركز على الفرص الممكنة التي تنتجها الانترنت وإنما التركيز على كيف يمكن أن تعمل وتساهم الانترنت في الأعمال الجوهرية للشركة". (نجم، 2009، ص، 149).

- "قلة التكاليف حيث تعد الأنترنت منخفضة بوسائل التعليم الأخرى". (بدير، 2009، ص، 98).
- "مصادر رقمية (Ressources Numériques)، مصادر المعلومات الإلكترونية المتداولة عبر الأنترنت كلها مصادر رقمية، مكتوبة بالنظام الرقمي الثنائي 0.1 والتي يجعلها قابلة للقراءة من أجهزة الكمبيوتر بالاستعانة بالبرمجيات الآلية للحاسوب.
- مصادر متعددة الوسائط: (Multimédia) والمتمثلة في: النص، الصورة الصوت، الفيديو". (غرامري، 2012، ص، 165).
- "التوسيعية والحركية: تأبى شبكة الأنترنت الجمود ولا ترضي السكون، بل هي في حركة دائمة ونشاط دائم، ففي كل يوم ينظم آلاف المشتركين، وتنشأ مئات المواقع وتحدث آلاف الصفحات.
- التنوع وتعدد الاستخدامات: تتنوع شبكة الأنترنت في كل شيء بدءاً من مستخدميها: الذين يضمون خليطاً ممزوجاً من الرجال والنساء، والصغار والكبار والعلماء والسياسيين، والاقتصاديين والأطباء والتجار...". (عسيري، 2004، ص، 25، 26).

1-4 - الخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنت:

تستخدم شبكة الأنترنت في مختلف المجالات وهي تقدم خدمات تتمثل في:

1-4-1 - الصفحة الإعلامية العالمية (World With Web):

"وتسمى أيضا الويب (Web)، تجمع معا كافة الموارد المتعددة التي تحتوي عليها الأنترنت للبحث عن كل ما تريد في الشبكات المختلفة وإحضارها بالنص والصوت والصورة، والويب هو نظام فرعي من الأنترنت لكن النظام الأعظم من الأنظمة الأخرى فهو النظام الشامل باستخدام الوسائط المتعددة". (سلطان، 2012، ص، 339).

1-4-2 البريد الإلكتروني:

"ويعتبر البريد الإلكتروني من أهم الخدمات المتوفرة في شبكات الكمبيوتر الحالية، حيث يملك كل مشترك في شبكة الأنترنت عنوانا إلكترونيا يتلقى عليه رسائله، ويتكون العنوان الإلكتروني من اسم الشخص وعنوان نظام شبكة الكمبيوتر والتي تتصل بها مع أنترنت وهو على الشكل التالي: (User@Domain Name)". (العيفة، 2010، ص، 179).

1-4-3 خدمة نقل الملفات (F T P):

"تمكن هذه الخدمة المشترك من استعمال الملفات الموجودة على شبكة الأنترنت ونقلها من خلال مزود الخدمة. والملفات يمكن أن تكون وثائق أو برمجيات أو ملفات وسائط متعددة أو أي شيء آخر. والنظام المستخدم لنقل الملفات يسمى بروتوكول نقل (File Transfer Protocol) أو اختصار (FTP)". (جمل هلال، 2008، ص، ص، 311، 312).

1-4-4 خدمة التراسل الفوري (Instst Messaging):

"وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الأنترنت بين شخص وآخر، وتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الأنترنت، ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام". (الخطاب، 2012، ص، ص، 43، 44).

1-4-5 مجموعات النقاش:

"وتمثل مجموعة النقاش أو الأخبار (News Groups) منبرا مفتوحا عبر الساعة والمسافات للدخول في الحوار والنقاش مع من يشاطر الاهتمام بقضية أو موضوع ما ولا بد للمشارك أن يكون مسجلا في المجموعة وأن يستخدم برامج خاصة بقراءة الأخبار المساهمة في الحوار، وتتكون مجموعات

النقاش في إطار شبكة الأنترنت بحكم الموقع الجغرافي أو بحكم الاهتمام بموضوع معين في مجال تخصص مشترك". (الهاشمي، 2012، ص، 248).

1-4-6 البحث بكتابة عنوان (URL):

"وفيه يتم كتابة عنوان الصفحة أو الموقع الذي تريد الوصول إليه بصيغة (URL) في مستطيل العنوان بأعلى شاشة متصفح الأنترنت، ثم النقر على زر (Earch) أو (Go)، ليتم البحث على العنوان وعرض موقعه بالشاشة.

علما بأنه عند البحث بالأنترنت لا يتم التفرقة بين كتابة الكلمات بالأحرف الصغيرة أو الكبيرة في أي من أنواع البحث السابقة". (المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج، 2000، ص، 33).

1-4-7 خدمة المحادثة:

"هذه المحادثة تتم كالاتي:

ندخل برنامج الاتصال إلى حسابنا ونذكر رقمنا الخاص وحسابنا ثم اسم الدخول وكلمة السر... الخ ثم نخاطب الحاسب المطلوب عن طريق رقمه الخاص (Userid) ونفتح خط اتصال معه ونكتب على الشاشة فيستقبلها هو على شاشة حاسبه ويرسل لنا رسالة إلى حاسبنا كذلك، فتظهر على شاشتنا وهكذا...، وذلك دون أن تتقاطع الرسائل مع بعض". (أبيق، 1996، ص، 41، 42).

1-4-8 خدمة التخاطب المباشر (Internet Relay Chat – IRC):

"تسمح بالتواصل النصي بين مستخدمي الأنترنت، في آن واحد، وعبر قناة واحدة، وكذا إمكانية الاتصال عن طريق الهاتف، بأسعار جد معقولة". (فندوشي، 2012، ص، 90).

1-4-9- التعلم الإلكتروني (E-Learning):

"في الوقت الحاضر أصبحت المواد التعليمية والتربوية وعلى كافة المستويات من المدرسة إلى ما بعد الدكتوراه متوفرة على مواقع الويب، وتتراوح الأمثلة من (Cbeebies) خلال المدرسة وبرامج المدرسة العليا، الجامعات الافتراضية إلى علوم الدراسات العليا (الدكتوراه) ومثال ذلك هو ما يعرض على مواقع (Google) الذي يساعد في الدراسة الخارجية، والمساعدة في إعداد التقارير والبحوث وغيرها من المهام أو المسائل العلمية التي يرغب الطالب أو الباحث الحصول عليها". (الصمدي، عثمان يوسف، 2012، ص، ص، 29، 30).

1-4-10- المؤتمر الإلكتروني (Electronic Conference):

"هو الصورة الإلكترونية لعقد مؤتمر أو ما يسمى "حوارا تفاعلي" باستخدام الهاتف، فيمكن لأي مستخدم التحدث مع الآخرين باستخدام الشاشة ولوحة المفاتيح، فنجد شاشة الحاسوب تنقسم إلى قسمين: علوي وسفلي، وكل متحدث يكتب ما يريد في القسم الخاص به.

ويمكن أن يمتد الحديث ليشمل عددا كبيرا من الأشخاص في وقت واحد". (العباي، 2006، ص، 53).

1-4-11- التسويق:

التسويق الإلكتروني (Internet Marketing) ويعرف أيضا باسم التسويق الرقمي (e-Marketing) أو التسويق عبر الشبكة (web marketing)، ويشمل جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الأنترنت وتحسين التجارة الإلكترونية". (عصام صلاح، 2015 ص، ص، 94، 95).

1-4-12- خدمة الجوفر (Gopher):

"وهي أداة من أدوات استرجاع المعلومات والاستعراض (Browsers)، وقد سبق ظهورها على شبكة الويب، وقد تم تطويرها عام (1991) في جامعة منسوتا الأمريكية، وكانت الأولى من

نوعها والتي يمكن من خلالها الوصول إلى المعلومات من خلال أمر من عناصر القائمة التي تظهر على الشاشة، حيث اكتسبت هذه الخدمة شعبية كبيرة وتفوقت على غيرها من الأدوات حتى إيجاد شبكة الويب العالمية". (سعادة، السرطاوي، 2010، ص، 98).

1- 4- 13- المبيعات (Sales):

"حيث يساهم الانترنت في زيادة حجم المبيعات من خلال زيادة الوعي بالأصناف والمنتجات (Awareness Of Brand Products) ودعم الشراء (Supporting Buying Decisions) وتمكين الشراء على الخط (Enabling Online Purchase)". (العلاق، 2002، ص، 39).

1- 4- 14- خدمة تلنت (Telnet):

"هي أداة اتصال شبكية تستخدم للعمل عن بعد، تسمح لك هذه التقنية بالدخول إلى حاسوب آخر وتعمل عليه، غير حاسوبك الخاص. أي تمكنك من استخدام حاسوب بعيد مثل حاسوب الشركة أو الجامعة كما لو كنت جالسا أمام حاسوبك الخاص، وتقوم بمشاهدة بيانات وأعمال وقواعد بيانات حاسوب آخر". (الحسنية، 2006، ص، 189).

1- 5- أهم محركات البحث على شبكة الانترنت:

"أصبحت محركات البحث، من أكثر وأشهر وسائل البحث استخداما لاسترجاع المعلومات من الانترنت، حيث يمكن للمستخدمين من شبكة الانترنت استخدام عدد من هذه المحركات التي بدورها تستخدم العديد من التقنيات والإمكانيات تستخدم من محرك لآخر". (عليان، مرجع سابق ص، 245).

"ويعرف محرك البحث ببساطة بأنه برنامج يتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الانترنت المختلفة، في موقع واحد أو في ملايين المواقع، إن مصطلح محرك البحث بصفة عامة، يشير عادة إلى محرك بحث على شبكة الويب أو تطبيقات الانترنت الأخرى، وهناك

أنواع المحركات البحث الأخرى منها محركات بحث المؤسسات (Enterprise Searchengines) وهناك محركات البحث الشخصية (Personal Searchengines) التي تبحث في الأجهزة الشخصية للأفراد". (صادق، 2007، ص، 40).

ومن أشهر محركات البحث:

1- 5- 1- محرك البحث جوجل (Google):

وهو المحرك الذي يتربع على عرش محركات البحث منذ مدة طويلة، حيث أصبح جزءا من حياتنا.

*وهو من أشهر محركات البحث وأبرزها على الإطلاق إذ يستحوذ على نسبة كبيرة من عمليات البحث التي تجري حول العالم.

1- 5- 2- محرك البحث (Bing):

هو ثاني أفضل محرك بحث بعد محرك البحث (Google)، فهو أيضا مدعوم من مايكروسوفت وياهو، وصفحته الرئيسية لها خلفية تتغير باستمرار.

1- 5- 3- محرك البحث (Duckduck Go):

هو واحد من أسرع المحركات نموا على شبكة الأنترنت التي اكتسبت شعبيتها بسبب خططها في الحفاظ على خصوصية المستخدم، فهذا المحرك يجمع نتائج البحث من المحركات الأخرى، ويقدم شكل نهائي وشخصي للمستخدم، كما أنه مفتوح المصدر، ويتميز بجودة إعلان واحد في الصفحة ويدعم البحث الصوتي.

1- 5- 4- محرك البحث (Yahoo! Search):

محرك البحث ياهو يوفر الوصول فيما يصل إلى 38 لغة عالمية، ويوفر خصوصية أفضل لمستخدميه، كما به ميزة معرفة الطقس.

1- 5- 5- محرك البحث (Wolfram Alpha):

هو محرك يبدوا في مظهره كمحرك خاص بمهووسي الرياضيات أو كآلة حسابية، ولكنه محرك بحث رائع وجددير بالثقة فهو يقوم بعرض كل المعلومات حول الكلمة التي تبحث عنها.

1- 5- 6- محرك البحث (Ask.Com):

هو محرك سؤال وجواب بدلا من محرك بحث كامل، حيث يمكنك أن تجد إجابات على مجموعة واسعة من استعلامات البحث.

1- 5- 7- محرك البحث (Yandex):

ويعتبر رابع أكبر محرك بحث على الويب في العالم، وتوفر ياندكس لمستخدميه الكثير من الخدمات مثل الصور أو مقاطع الفيديو والبريد والخرائط.

1- 5- 8- محرك البحث (Lxquick):

هذا المحرك يقوم بتخزين تفاصيل محددة للمستخدم ويسمح بالبحث عن الصور والفيديو وهو أسرع محركات البحث نموا على شبكة الأنترنت ويعتمد على 17 لغة مختلفة.

33: 19 :h.17/02/2017 (http:// Rebles-Tech.Com/Alternatives/3953).

"ومن فوائد استخدام محركات البحث:

- الحصول على معلومات حديثة.
- الوصول إلى كم كبير وشامل من المعلومات.
- تعتبر أفضل مكان لبدء البحث عن موضوع معين". (الأفرس، المومني، 2011، ص، 117).

1-6- إيجابيات وسلبيات شبكة الأنترنت:

1-6-1- إيجابيات شبكة الأنترنت:

- سرعة وصول المعلومات إلى الجماهير وزيادة تطوير البحث العلمي وتسهيل عملية الاتصال بين العلماء والباحثين.
- دفع عجلة التقدم العلمي في مختلف التخصصات العلمية.
- وتشجيع التجارة الإلكترونية بين دول العالم.
- زيادة وسائل الترفيه والتسلية لشغل وقت الفراغ". (حمدي، بوسعدية، قرناي، 2011، ص، 93).
- "إمكانية استرجاع المعلومات التي تعالج مختلف الموضوعات عبر ملايين من الحاسبات المنتشرة في جميع أنحاء العالم". (النوايسة، 2011، ص، 84).
- "تسهيل تبادل المعلومات بين المشتركين في المواقع المختلفة.
- لها العديد من الاستخدامات في مناحي الحياة المختلفة، ولا تقتصر منافعها على اختصاص أو مجال معين بحد ذاته، وهو من حق دوائر الإعلام والمؤسسات والجامعات والأفراد العاديين استخدامها". (بلخيري، 2014، ص، 228).

1-6-2- سلبيات وعيوب شبكة الأنترنت:

- "احتوائها على معلومات غير أخلاقية وتافهة، أي انتشار ما يسمى بالإباحية الإلكترونية".
(الدليمي، 2011، ص، 61).
- "صعوبة الرقابة على المعلومات ونوع المعلومات المتوفرة خاصة الضارة التي لا تتماشى مع قيم المجتمعات". (غراممي سعيدي، أعراب، 2008، ص، 185).
- "استخدام الانترنت لا يكون من الوقت الضائع وإنما يؤثر في عادات الناس اليومية ونمط معيشتهم. وقد بدل الأنترنت علاقة المستخدمين بأسرهم وعلاقتهم بأصدقائهم". (سنو، 2001، ص 194).
- "صعوبة المحافظة التامة على سرية وأمن المعلومات وهو ما يشكل اختراقا للخصوصية من قبل العابثين والمخربين.
- صعوبة أو بطء فتح الملفات الكبيرة جدا والتي تحتوي على صور ورسوم". (الشميلية، اللحام، كافي، 2015 ص، 47).
- "الاختراقات القانونية: القرصنة "الهacker"، غسيل الأموال، المخدرات، القمار بيع وصناعة الممنوعات (السموم والمتفجرات...)" . (دليو، 2013، ص، 164).
- "إن الدوافع وراء إنشاء هذه الشبكة في بادئ الأمر هو "التجسس" لصالح أمريكا ضد الاتحاد السوفياتي السابق، وإن شبكة العنكبوت هذه بلا حدود، بلا شخص يقول ...لا، وهي أول شبكة اتصالية عالية تعلن عن انتهاء دور حارس البوابة ... كما تعلن عن عدم قدرة الدولة في السيطرة عليها، وبالتالي فهي تهدد أمنها وسيادتها". (الهاشمي، مرجع سابق، ص، 256).

ثانيا: استخدامات الأنترنت داخل المؤسسة الاقتصادية.

2-1- أسباب استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية:

- العولمة: "حيث يوفر الأنترنت للشركات التي تتحرك باتجاه السوق الإلكترونية شبكة من الاتصالات الكونية (Global Communication Network)، التي تعتبر حيوية لضمان حضور كوني لهذه الشركات، فالأنترنت يسمح للشركات على اختلاف أحجامها بمتابعة العملاء على أساس عالمي". (غالب ياسين، العلاق، 2009، ص، 25).

- "حدوث تغييرات في السوق، وتوسع مفهومها الضيق، وظهور احتياجات جديدة لم تكن معروفة من قبل، فكان لزاما على المؤسسة أن تلبي هذه الاحتياجات الكامنة في السوق الجديدة وفقا لاستراتيجيات محددة". (بجني، 2008، ص، 101).

* ظهور الأسواق الافتراضية وفتحها لنقاط بيع وتوزيع بمختلف أقطار العالم.

- "بروز نوع جديد من الأنشطة لم تكن معروفة من قبل ولا موجودة، مثلا دليل موارد الشبكة هيئات التسجيل الخاص بتسجيل المواقع، مؤسسات الاتصال والتطوير، مؤسسات بناء المواقع وتأخيرها وغير ذلك من المواقع". (المرجع السابق، ص، 106).

* سهولة الحصول على المعلومات بطريقة سهلة وحديثة.

- "تستخدم الشركات الأنترنت لأغراض الاتصالات الإلكترونية ونقل البيانات وبحوث التسويق". (غالب ياسين، العلاق، مرجع سابق، ص، 24).

* تستخدم الأنترنت لتسويق السلع والخدمات في المؤسسات الاقتصادية.

* توفير بيئة اقتصادية متناسبة مع روح العصر الذي يعتمد على التكنولوجيا الحديثة وتسهيل عملية نقل المعلومات.

2-2- أهمية الانترنت بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية:

للانترنت أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية نلخصها فيما يلي:

- "توفر الانترنت معلومات عن منتجاتها وخدماتها، كما تسهل عملية التواصل والتفاعل مع العملاء". (سمير أحمد، 2009، ص، 189، بتصرف).

- "تساهم في تبسيط وتنظيم عملية المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية.

- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية". (الخليل 2009، ص، ص، 40، 41).

- "تستخدم شبكة الانترنت كأداة للحصول على مكان في السوق وتخطيط وتنفيذ الأنشطة التسويقية.

- تعتبر شبكة الانترنت قاعدة انطلاق تقنية لتطوير الاتصالات الإلكترونية نتيجة النمو الهائل للأنشطة التجارية والمالية". (الصيرفي، 2008، ص، 61).

- "سهولة الحصول على المنتج، حيث يستطيع العملاء الحصول على المنتج بأي وقت بدون انتظار طويل، ولكن بمجرد الضغط على لوحة المفاتيح تستطيع الحصول على السلعة". (زهير المهدي 2011، ص 196).

- "الانترنت تسمح بالاتصال بين الموردين والزبائن النهائيين مباشرة دون وسطاء". (بختي، 2008، ص 115).

*فتحت الانترنت أمام المؤسسات فرصة للإشهار المجاني عبر الشبكة.

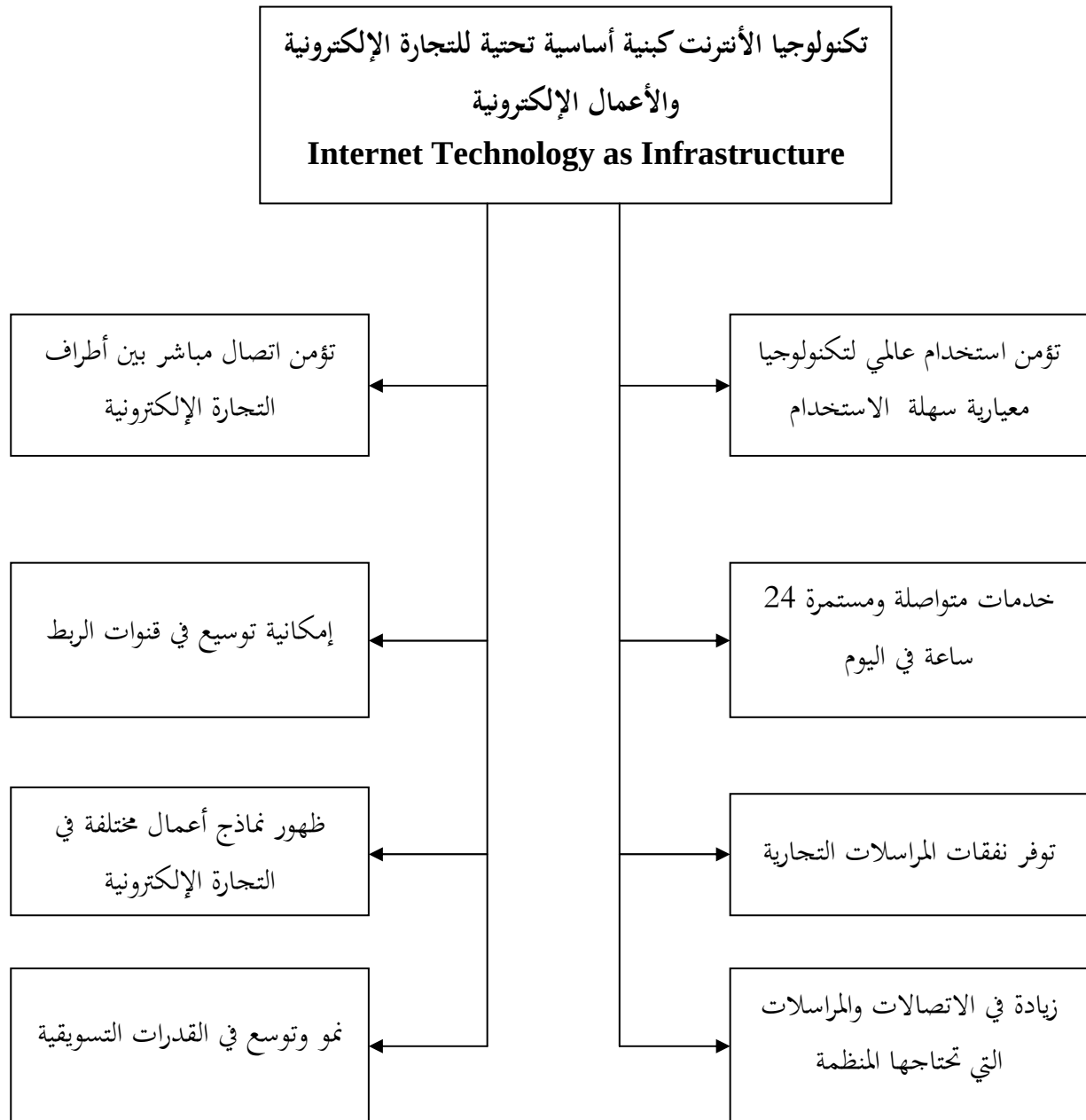
- "أسهم الانترنت في تغيير أنماط العمالة، فهناك الكثير من العاملين يستطيعون القيام بواجباتهم من خلال منازلهم (الحاسوب الشخصي). (اللويزي، 2002، ص، 199).

* هذا يعني أن الانترنت سهلت عملية القيام بالأعمال واختصر المسافة والجهد والزمن.

- "خلق قطاعات اقتصادية جديدة معتمدة على التدفق المستمر للمعلومات". (المرجع السابق، ص، 203).

* وهذا يعني أن الانترنت ساهم في ظهور أشكال جديدة للأعمال كالرقابة مثلاً... الخ.

الشكل رقم (03): مخطط استخدام تكنولوجيا الانترنت كبنية أساسية للأعمال والتجارة الإلكترونية.



(قندلجي، 2007/2005، ص، 65).

2-3- مجالات استخدام الانترنت في المؤسسات الاقتصادية:

2-3-1- التسويق الالكتروني:

"وهو أسلوب جديد يستخدم شبكة الأنترنت ويقدم ثلاثة أنواع مختلفة من الصفقات، أولها تقديم خدمات الأنترنت نفسها، وشرح طريقة الوصول لهذه الشبكة بالنسبة لرجال الأعمال والزبائن والثانية التسليم الإلكتروني للخدمات بما يعني تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية والثالثة استخدام الأنترنت كقناة لتوزيع الخدمات حيث يتم شراء السلع عبر الشركة". (الطائي، العبادي، 2009، ص، 83).

"وكي تحقق أي مؤسسة أو شركة تسوق منتجاتها عبر الأنترنت يتوجب عليها الاهتمام بها:

- دراسة السوق المستهدف وتحديد.
- الاتصال المباشر مع زوار موقع الشركة.
- خلق الجو التنافسي الملائم وإعطاء الجمهور فرصة للمشاركة.
- الرقابة على بقاء موقعك في الشبكة متفاعلا مع تشجيع الزوار لتقديم اقتراحاتهم". (عزام، حسونة، الشيخ 2008، ص، 429).

*ويمكن القول أن ما يميز التسويق عبر الأنترنت يمكن تلخيصه في الآتي:

- "لا توجد تقريبا أي قيود على كمية المعلومات التي يمكن عرضها عبر الأنترنت.
- الاتصالات الإلكترونية تفاعلية وتبادلية.
- الدخول إلى السوق سهل وقليل الكلفة على الأنترنت مما يزيد حاجة الشركات لمعرفة ما تفعله الشركات الأخرى.

- إمكانية الانترنت للوصول إلى عدد كبير من الزبائن على نطاق لم يسبق له مثيل". (عبد الحميد، 2015 ص، 309).

"ويهدف التسويق عبر الانترنت إلى:

- البحث عن مستهلكين جدد، وزيادة معدل الوصول إليهم.
- تقديم الخدمات وتحسين العناية بالزبائن.
- زيادة نطاق السوق وانتقالها من سوق محلية إلى سوق عالمية.
- تخفيض التكاليف، وتحقيق السرعة في أداء الأعمال". (حافظ، 2009، ص، 16).

2-3-2 التجارة الإلكترونية:

وتتم عن طريق "الشراء من الموردين، التخزين، البيع للعملاء، التوزيع الموزعين، التفاوض، إجراء التعاقدات والاتفاقيات، تبادل المراسلات بين البائعين والمشتريين، النقل أو الشحن أو التوريد أو توصيل السلعة أو الخدمة، المعاملات المالية وتشمل السداد والتحصيل، المعاملات المالية مع الحكومة مثل الضرائب التصدير، خدمة ما بعد البيع ...". (النجار، دياب، 2006، ص، 90).

"ويتم التعامل شراءً وبيعاً للسلع والخدمات عبر الانترنت والمدفوعات قد تتم عبر الانترنت". (عبد الرحيم، 2007، ص، 151).

"من خلال إدارة المعاملات التجارية بكفاءة لأي شركة من خلال موقعها على الانترنت من أي موقع جغرافي". (العيسوي، 2003، ص، 31).

2-3-3- الإعلان الإلكتروني:

"بالنظر للشعبية التي يحظى بها الأنترنت، لجأت كُبريات الشركات إلى وضع إعلاناتهم في الأنترنت، علاوة على معلومات أخرى تتعلق بالشركة ومنتجاتها وخدماتها وعنوانها، وأية معلومات أخرى". (العلاق، ربابعة، 2007، ص، 276).

"حيث يقدم الويب (web) عبر العالم مظاهر جديدة مثيرة للاهتمام مثل النشاط المتبادل (Inter Activity) ومظاهر مريحة تعمل كمرساة (Anchor). ويعتقد العديد من الباحثين أن عمليات الإعلان عن المنتجات والخدمات على الأنترنت والنسيج العنكبوتي لا تختلف كثيرا عن الوسط الإعلاني التقليدي". (الغالي، العسكري 2003، 2006، ص، 241).

ويعتمد المسوقون حاليا على الإعلان الإلكتروني كأداة ترويجية لمساندة جهود التسويق المباشر حيث يتم توظيف صفحات مواقعهم على الأنترنت في إعلانات إخبارية وتعريفية حول أنشطة التسويق المباشر". (أبو قحف، أحمد، 2006، ص، 355).

"تعتبر هذه الأداة من أكثر الأدوات أهمية ورواجا، كما أن المؤسسات والشركات التي تستخدم الإعلان الإلكتروني عبر الأنترنت من أجل نشر الإعلانات والترويج لمنتجات هذه المؤسسات والشركات وسلعها وأحيانا يتعدى السلع إلى الخدمات (كالسياحة والنظافة وأعمال الصيانة ونقل الأثاث... الخ) وبعض الأفكار والمبادئ التي قد ينادي بها البعض وهو التعريف الواسع للدعاية". (عقل، النادي، 2007، ص، 84).

2-4- تأثير الانترنت على المؤسسة الاقتصادية:

- "زيادة الطاقة العلمية والتقنية للمؤسسات والتي تعتبر طاقة ضرورية لتطوير المؤسسات الاقتصادية.

- إنشاء مناصب عمل في مختلف المؤسسات علما أن جزءا منها يتمتع بكفاءة عالية.

- تدعيم عمل المؤسسات الاقتصادية من أجل تحقيق نظام إعلامي وطني.
- زيادة الإنتاجية داخل المؤسسات، وذلك راجع لانخفاض في عدد العمال". (عمر (د.س)، ص، 193).
- "تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات.
- السرعة في إدارة وإنجاز الأعمال.
- ساعدت على تطوير قدرات الأفراد وتعزيزها وجعلها أكثر قدرة على إنجاز الأعمال.
- ساعدت على زيادة أعداد وأنواع السلع المقدمة للسوق.
- بناء قاعدة معلومات تستطيع المنظمات الاعتماد عليها والرجوع لها عند الحاجة". (حجيم سلطان الطائي دباس العبادي، المرجع السابق، ص، 66).
- تخفيض التكلفة وزيادة المنافسة وتحسين أداء آليات السعر في كثير من الأسواق". (حماد 2008/2007 ص، 444).

2-5- معوقات استخدام الأنترنت في المؤسسات الاقتصادية:

- "الحاجة لرأس المال للدخول للشبكة، لأن الكثير يعتبرون أنه بالإمكان الاستثمار في الأسواق الافتراضية بتكاليف زهيدة، لكن نجاح المؤسسات الافتراضية قائم على الاستثمار بالملايين لتنمية أنظمتها". (بختي، مرجع سابق، ص، 112 بتصرف).
- اختراق المواقع والتلاعب بالمعلومات و"التلاعب ببطاقات الائتمان عن طريق شبكة الأنترنت باختراق لخطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع أو إنشاء مواقع وهمية على أنها مواقع أصلية". (يوسف، 2012، ص، 65).
- "طرق الوصول إلى التوزيع، قد تشكل حاجز أو عقبة أمام بعض المؤسسات خصوصا بالنسبة للسلع المادية، لأن السلع الإلكترونية توزع مباشرة عن طريق الشبكة". (بختي، مرجع سابق، ص، 113).

* أي ان السلع الإلكترونية من معلومات أو أخبار وغيرها توزع بطريقة مباشرة عبر شبكة الأنترنت أما السلع المادية فرغم انتشار الأسواق الافتراضية إلا أنها لا تصل إلى الزبائن في وقتها المحدد.

- "الدخول على الانترنت مازال باهظ الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازالت بطيئة في كثير من دول العالم". (الصيرفي، 2005، ص، 368).

* بمعنى أنه رغم الانتشار الكبير الذي عرفته شبكة الأنترنت إلا أن الكثير من الدول تعاني انقطاع الشبكة وبطئها، خاصة دول العالم الثالث.

- الانتقام الممكن التعرض له من طرف المنافسين أو المؤسسات الأقدم وجودا في الشبكة، فقد تلجأ هذه المؤسسات إلى تخفيض أسعارها كرد فعل محاولة منها لطرد الدخلاء الجدد". (بختي، مرجع سابق، ص 113).

* هذا يعني أن المؤسسات المسيطرة على السوق تتبع استراتيجيات من أجل التصدي للمنافسين الجدد في السوق، محاولة منها الحفاظ على مكانتها بدون منازع.

- "الحصول على بيانات الزبائن من خلال التنصت أو الوصول إلى قواعد البيانات وتوظيفها باتجاهات غير مرغوبة". (الطائي، 2010، ص، 102).

- "على الرغم من اتساع وانتشار شبكة المعلومات الدولية إلا أنها مازالت تفتقر إلى عدم وجود حيز كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية على النحو الذي يتناسب مع الكم الهائل من الأنشطة التجارية التي يتم من خلالها". (الشويرف، 2013، ص، 85).

خلاصة الفصل الثاني:

ما يمكن الخروج به في هذا الفصل أن الانترنت من أهم الانجازات التي عرفتتها البشرية، إذ تحتل مكانة هامة في مختلف المجتمعات، سواء المتقدمة منها أو النامية، وقد أصبح لها دور رئيسي في مختلف الميادين والمجالات خاصة الاقتصادية منها، كون الاقتصاد يمثل ركيزة المجتمع الأساسية، حيث تستخدم هذه التقنية في المؤسسات الاقتصادية بشكل واسع، وذلك من أجل مواكبة التطورات التكنولوجية خاصة ونحن في زمن السرعة، وأيضا من أجل جعل العامل بالمؤسسات الاقتصادية يساير تغيرات العصر والتي تساعد في أداء مهامه التي تنعكس بشكل ايجابي على المؤسسة بصفة عامة وهذا ما سنتناوله فيما بعد.

قائمة مصادر ومراجع الفصل:

- 1- إبراهيم، بعزيز. (2012). الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة. (ط1). د.ب: دار الكتاب الحديث.
- 2- عبد القادر، تومي. (2009). العولمة فلسفتها، مظاهرها، تأثيراتها. (ط1) الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- 3- محمد صلاح، سالم. (2002). العصر الرقمي وثورة المعلومات. (ط1). (د.ب): عين الدراسات والبحوث الإنسانية.
- 4- أحمد، الساري. (2011). وسائل الإعلام النشأة والتطور. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 5- محمد علي، النوبي. (2010). إدمان الأنترنت في عصر العولمة. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 6- عبد الرزاق محمد، الدليمي. (2012). الخبر في وسائل الإعلام. (ط1). (د.ب): دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 7- ربحي مصطفى، عليان. (2010). المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية. (ط1). عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 8- مجد، الهاشمي. (2012). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 9- محمد منير، سعد الدين. (2002). الإعلام. (ط3). بيروت: دار بيروت المحروسة للنشر والتوزيع.

- 10- عامر إبراهيم قندلجي، إيمان فاضل السمراي. (2002). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. (ط1). عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- 11- أنيس عبد الخالق رشراش، أمل أبو دياب عبد الخالق. (2008). تكنولوجيا التعليم وتقنياته. (ط1). لبنان: دار النهضة العربية.
- 12- محسن فتحي، عبد الصبور. (2001). أسرار الترويج في عصر العولمة. (ط1). القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- 13- محمد عبد الكريم، الملاح. (2010، 2012). المدرسة الإلكترونية ودور الأنترنت في التعليم رؤية تربوية. (ط1). الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 14- مصطفى، نمر دعمس. (2010). الإعلام المدرسي. (ط1). الأردن: دار الكنوز المعرفية العلمية للنشر والتوزيع.
- 15- أحمد نافع، المدادحة. (2009). الخدمات المكتبية والمعلوماتية للمستخدمين. (ط1). الأردن: دار المعزز للنشر والتوزيع.
- 16- محمد طاهر، نصير. (2005). التسويق الإلكتروني. (د.ط). الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 17- جعفر حسن، جاسم. (2012). المكتبات الرقمية واقعها ومستقبلها. (ط1). عمان: دار البداية للنشر والتوزيع.
- 18- يوسف أحمد، عيادات. (2004). الحاسوب التعليمي وتطبيقاته التربوية. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- 19- نجم عبود، نجم. (2009). الإدارة والمعرفة الإلكترونية. (د.ط). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 20- جمال يوسف، بدير. (2009). المكتبات الإلكترونية والرقمية. (ط1). عمان: (د.د).
- 21- وهيبة، غراممي. (2012). تكنولوجيا المعلومات في المكتبات. (ط2). (د.ب): ديوان المطبوعات الجامعية.
- 22- علي بن عبد الله، عسيري. (2004). الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت. (ط1). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 23- محمد صاحب، سلطان. (2012). وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور. (ط1). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 24- جمال، العيفة. (2010). مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل الأدوار. (د.ط). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 25- محمد جهاد جمل، دلال هلالات. (2008). مهارات الاتصال الإنساني اللفظية وغير اللفظية في اللغة العربية. (ط1). الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- 26- فارس حسن، الخطاب. (2012). الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 27- مجد هاشم، الهاشمي. (2012). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 28- المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج. (2000). الإنترنت مالها وما عليها. (ط1). (د.ب): (د.د).

29- طريف، أقيق. (1996). الانترنت المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء. (ط1). سورية: دار الإيمان.

30- ربيعة، فندوشي. (2012). الإعلان الإلكتروني. (د.ط). الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.

31- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف. (2012). التسويق الإلكتروني. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

32- عمر موفق، العباقي. (2006). الإدمان على الأنترنت. (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

33- مروي، عصام صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. (ط1). الأردن: دار الإعصار للنشر والتوزيع.

34- جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي. (2010). استخدام الحاسوب والأنترنت في ميادين التربية والتعليم. (ط1). الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.

35- بشير عباس، العلاق. (2002). التسويق عبر الانترنت. (ط1). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.

36- سليم، الحسنية. (2006). نظم المعلومات الإلكترونية نما. (ط3). عمان: الوراق للنشر والتوزيع.

37- عباس مصطفى، صادق. (2007). الإنترنت والبحث العلمي. (ط1). الإمارات العربية المتحدة: مركز الدراسات والبحوث الاستراتيجية.

38- [Http ://Rebels-Tech.Com/Alternatives/3953/](http://Rebels-Tech.Com/Alternatives/3953/)

39- موسى توفيق الأخرس، إيمان موسى المومني. (2011). مهارات استخدام الأنترنت في البحث العلمي. (ط1). عمان: زمزم ناشرون وموزعون.

- 40- محمد الفاتح حمدي، ياسين قرناي، مسعود بوسعدية. (2011). **تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة**. (د.ط). الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- 41- غالب عوض، النوايسة. (2011). **الأنترنت والنشر الإلكتروني**. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 42- رضوان، بلخيري. (2014). **مدخل إلى الإعلام الجديد**. (ط1). الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
- 43- عبد الرزاق، الدليمي. (2011). **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**. (ط1). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 44- وهيبة غراممي سعيدي، عبد الحميد أعراب. (2008). **تكنولوجيا المعلومات في المكتبات**. (ط1). الجزائر: قسم علم المكتبات والتوثيق.
- 45- مي، عبد الله سنو. (2001). **الاتصال في عصر العولمة**. (ط2). لبنان: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- 46- ماهر عودة الشمايلية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي. (2015). **الإعلام : الرقمي الجديد**. (ط1). الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 47- فضيل، دليو. (2013). **تاريخ وسائل الاعلام والاتصال**. (ط4). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- 48- سعيد غالب ياسين، بشير عباس العلاق. (2009). **التجارة الإلكترونية**. (د.ط). الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

- 49- إبراهيم، بختي. (2008). التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 50- محمد، سمير أحمد. (2009). التسويق الإلكتروني. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 51- ناصر، الخليل. (2009). التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 52- محمد، الصيرفي. (2008). البيع والشراء عبر الأنترنت. (د.ط). (د.ب): المكتب الجامعي الحديث.
- 53- سوسن، زهير المهدي. (2011). تكنولوجيا الحكومة الإلكترونية. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 54- إبراهيم، بختي. (2008). التجارة الإلكترونية، المفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 55- موس، اللوزي. (2002). التنمية الإدارية. (ط2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 56- عامر إبراهيم، قندلجي. (2005-2007). نظم المعلومات الإدارية. (ط1. ط2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 57- يوسف حليم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي. (2009). التسويق الإلكتروني. (ط1). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
- 58- زكريا عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى الشيخ. (2008). مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- 59- عبد المطلب، عبد الحميد. (2015). **التسويق المصرفي**. (ط1). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 60- محمد عبده، حافظ. (2009). **التسويق عبر الأنترنت**. (ط1). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 61- فريد النجار، وليد دياب. (2006). **التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة**. (د.ط). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 62- محمد إبراهيم، عبد الرحيم. (2007). **الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية**. (د.ط). الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- 63- إبراهيم، العيساوي. (2003). **التجارة الإلكترونية**. (ط1). القاهرة: المكتبة الأكاديمية شركة مساهمة مصرية.
- 64- بشير عباس العلاق، علي محمد ربابعة. (2007). **الترويج والإعلان التجاري: أسس- نظريات- تطبيقات- (مدخل متكامل)**. (د.ط). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 65- طاهر محسن الغالي، أحمد شاعر العسكري. (2003-2006). **الإعلان مدخل تطبيقي**. (ط1). (ط2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 66- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد. (2006). **هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني**. (د.ط). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 67- سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي. (2007). **التسويق عبر الأنترنت**. (ط1). الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- 68- إبراهيم، عمر. (د.س). **التأثير الاقتصادي والاجتماعي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال داخل المؤسسات لاقصادية**. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. العدد السابع. الجزائر: (د.د).

- 69- طارق عبد العال، حماد. (2007-2008). التجارة الإلكترونية: المفاهيم التجارب التحديات الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية. (ط2). (د.ب): الدار الجامعية.
- 70- يوسف حسن، يوسف. (2012). الاقتصاد الإلكتروني. (ط1). القاهرة: المركز القومي للإصدارات القانونية.
- 71- محمد، الصيرفي. (2005). التجارة الإلكترونية. (ط1). الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية.
- 72- محمد حسين، الطائي. (2010). التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة. (ط1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 73- محمد عمر، الشويرف. (2013). التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد. (ط1). عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.

الفصل الثالث:

مدخل نظري حول الأداء المهني.

تمهيد.

أولاً: الأداء المهني.

1-1- أهمية الأداء المهني.

1-2- أنواع الأداء.

1-3- محددات الأداء المهني.

1-4- العوامل المؤثرة على الأداء المهني.

ثانياً: تقييم الأداء المهني.

2-1- طرق تقييم الأداء المهني.

2-3- عناصر تقييم الأداء.

2-4- عوامل تقييم الأداء.

2-5- صعوبات قياس وتقييم أداء العاملين وطرق معالجتها.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: مدخل نظري حول الأداء المهني:

تمهيد الفصل الثالث:

يعد الأداء أحد أهم المحاور الرئيسية الذي تسخر له المؤسسات الاقتصادية كافة جهودها، لأنّ على أساسه تتحقق أهدافها، فهو نشاط يرتبط بالموارد البشري الذي يخطط، وينظم، ويتخذ القرارات وينفذ، ويتابع سير العمل، من أجل تحقيق أهداف معينة تكتسب المؤسسة من خلالها مكانة هامة في السوق، حيث تضمن لها التميز والاستمرارية في نشاطاتها، فالأداء الجيد يضمن للمؤسسة السير الحسن، أما إذا كان غير ذلك فينبغي عليها اللجوء إلى الطرق الكفيلة بتحسينه.

وتعتبر عملية تقييم الأداء عملية هامة بالنسبة للموظف والمؤسسة معا، فهذه العملية تعطي للموظف فرصا هامة في الترقية، ولذلك يجب أن تكون صادقة وموضوعية.

ونظرا للأهمية الكبيرة لعنصر الأداء في المؤسسات الاقتصادية، خصصنا هذا الجزء الذي سنتطرق فيه إلى أهمية الأداء المهني وأنواعه ومحدداته، وكذا العوامل المؤثرة فيه، إضافة إلى طرق تقييمه وأهمية عملية تقييم أداء العاملين وعناصر هذا التقييم، وعوامل تقييم الأداء، وأخيرا صعوبات قياس وتقييم أداء العاملين وطرق معالجتها.

أولاً: الأداء المهني.

1-1- أهمية الأداء المهني.

* يعتبر الأداء معياراً أساسياً ومؤثراً سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات لذلك يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات خصوصاً المجتمعات المتقدمة، لما له من أهمية كبيرة بالنسبة للعاملين والمنظمة.

1-1-1- بالنسبة للعاملين:

- "يعد الأداء مقياساً لقدرة الفرد على أداء عمله في الحاضر وكذلك أداء أعمال أخرى مختلفة نسبياً في المستقبل.

- يجب على كل فرد الاهتمام بأدائه لعمله نظراً لارتباط ذلك بما يتقاضاه من أجور مقابل هذا الأداء.

- يرتبط الأداء من وجهة نظر الفرد بإحدى الحاجات الأساسية له، وهي الحاجة إلى الاستقرار في عمله وإثبات ذاته". (بوقطف، 2013-2014، ص، 62).

* هذا يعني أن الأداء الجيد يتحقق من خلال العمل على رفع مستوى الأداء وتطويره وهذا لتحقيق الأهداف المرتبطة به على اختلافها.

1-1-2- بالنسبة للمنظمة:

- "يمثل الأداء أحد العوامل التي تستخدم في تقييم المنظمة التي يديرها أو يرأسها أو يشرف عليها كل مسؤول.

- يحتل الأداء أهمية كبيرة داخل أي منظمة تحاول تحقيق النجاح والتقدم باعتباره الناتج النهائي لمحصلة جميع الأنشطة التي يقوم بها الفرد أو المنظمة.

- كما ترجع أهمية الأداء بالنسبة للمنظمة إلى ارتباطه بدورة حياتها في مراحلها المختلفة المتمثلة في (مرحلة الظهور، مرحلة البقاء والاستمرارية، مرحلة الاستقرار... الخ).
- كما لا تتوقف أهمية الأداء على مستوى المنظمة فقط، بل تتعدى ذلك إلى أهمية الأداء في نجاح خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة". (المرجع السابق، ص، ص، 62، 63).

1-2- أنوع الأداء.

*تختلف تقسيمات الأداء حسب معيار الحاجة الخاصة لدراسة وقياس الأداء ومن أهم المعايير لدراسة الأداء نجد: معيار المصدر، ومعيار الشمولية، المعيار الوظيفي ومعيار الطبيعة.

1-2-1- معيار المصدر:

" وفقا لهذا المعيار يمكن تقسيم أداء المؤسسة إلى أداء داخلي وأداء خارجي.

- **الأداء الداخلي:** وينتج من تفاعل مختلف أداءات الأنظمة الفرعية للمؤسسة، أي مختلف الأداءات الجزئية المتمثلة في الأداء البشري والأداء التقني والأداء المالي الخاص بالإمكانات المالية المستعملة". (شرف الدين، 2011-2012، ص، 52).

*هذا يعني أن الأداء الداخلي ينتج بفضل ما تملكه المؤسسة من موارد بشرية وتقنية ومالية.

- **"الأداء الخارجي:** وينتج عن المحيط الخارجي للمؤسسة، حيث قد يظهر هذا الأداء في نتائج جيدة تحصل عليها المؤسسة، على سبيل المثال قد يزيد حجم مبيعات المؤسسة بسبب التحسن في الأوضاع الاقتصادية.

1-2-2- معيار الشمولية:

ويمكن تقسيم الأداء إلى كلي وأداء جزئي:

- **الأداء الكلي:** يتجسد في الانجازات الجيدة التي ساهمت كل الوظائف والأنشطة الفرعية للمؤسسة في تحقيقها دون انفراد جزء أو عنصر لوحده في تحقيقها". (المرجع السابق، ص، 53).

*ومن هنا نستنتج أن الأداء الكلي يعني قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها من خلال اجتماع كل انجازات ووظائف المؤسسة مع بعضها البعض.

- **"الأداء الجزئي:** ويقصد به الأداء الذي يتحقق على مستوى الأنشطة الفرعية للمؤسسة والوظائف الأساسية والأداء الكلي في الحقيقة، هو عبارة عن تفاعل أداءات الأنظمة الفرعية، وهو ما يعزز فكرة أو مبدأ التكامل والتسلسل بين الأهداف في المؤسسة". (المرجع السابق، ص، 53).

1-2-3- المعيار الوظيفي:

"وينقسم الأداء في هذه الحالة حسب الوظائف المسندة إلى المؤسسة التي يمكن حصرها في الوظائف الخمس التالية:

- **أداء وظيفة المالية:** يتمثل هذا الأداء في قدرة المؤسسة على بلوغ أهدافها المالية بأقل التكاليف الممكنة.

- **أداء وظيفة الإنتاج:** يتحقق الأداء الإنتاجي للمؤسسة عندما تتمكن من تحقيق معدلات مرتفعة للإنتاجية مقارنة بمشيلاتها أو بالنسبة للقطاع الذي تنتمي إليه". (عشي، 2001-2002، ص، 19).

- **"أداء وظيفة الأفراد:** يعتبر المورد البشري أهم مورد في المؤسسة ومن خلاله يتم تحريك الموارد الأخرى وتوجيهها بما يسمح بتحقيق أهداف المؤسسة، وهذا يعني أن بقاء واستمرار المؤسسة مرهون بأداء العامل البشري فيها وهذا الأداء يبنى على الكفاءات واختيار ذوي المهارات العالية حيث أن فعالية المورد البشري لا تكون إلا إذا كان الشخص المناسب في المكان المناسب". (سليمان، 2006/2007، ص، 119).

1-2-4- معيار الطبيعة:

"تبعاً لهذا المعيار الذي من خلاله تقسم المؤسسة أهدافها إلى أهداف اقتصادية أهداف اجتماعية، أهداف تكنولوجية، أهداف سياسية... ويمكن تصنيف الأداء إلى أداء اقتصادي أداء اجتماعي، أداء تكنولوجي، أداء سياسي.

- الأداء الاقتصادي: يعتبر الأداء الاقتصادي المهمة الأساسية التي تسعى إليها المؤسسة الاقتصادية لبلوغها ويتمثل في الفوائد الاقتصادية التي تجنيها المؤسسة من وراء تعظيم نواتجها (حصة السوق المردودة...) وتدنيه واستخدام مواردها". (المرجع السابق، ص، 22).

*هذا يعني أن المؤسسة الاقتصادية تعتبر الأداء الاقتصادي مهماً، ويتمثل فيما تنتجه المؤسسة وكذا مواردها، المتمثلة في رأس المال، المواد الأولية، التكنولوجيا...).

- الأداء الاجتماعي: الأهداف التي ترسمها المؤسسة أثناء عملية التخطيط كانت قبل ذلك قيوداً أو شروطاً فرضها عليها أفراد المؤسسة أولاً، وأفراد المجتمع الخارجي ثانياً، وتحقيق هذه الأهداف يجب أن يتزامن مع تحقيق الأهداف الأخرى وخاصة منها الاقتصادية". (المرجع السابق، ص، 22).

*هذا يعني أن الأداء الاقتصادي لا يتحقق إلا بتحقيق الأداء الاجتماعي ومنه فالاجتماع مشروط في العلمية الاقتصادية.

- الأداء التكنولوجي: يكون للمؤسسة أداء تكنولوجي عندما تكون قد حددت أثناء عملية التخطيط أهدافاً تكنولوجية كالسيطرة على مجال تكنولوجي معين، وفي أغلب الأحيان تكون الأهداف التكنولوجية التي ترسمها المؤسسة أهدافاً إستراتيجية نظراً لأهمية التكنولوجيا.

- الأداء السياسي: يتجسد الأداء السياسي في بلوغ المؤسسة أهدافها السياسية والمثال التالي يوضح أهمية السياسة لبعض المؤسسات: تمويل الحملات الانتخابية من أجل إيصال أشخاص معينين إلى الحكم أو مناصب سامية لاستغلالهم فيما بعد لمصالح المؤسسة". (المرجع السابق، ص، 22).

1-3- محددات الأداء المهني.

"تنقسم هذه المحددات من حيث علاقاتها بالعامل أو مدى سيطرته عليها إلى قسمين، القسم الأول يتمثل في المحددات التي تتعلق بالعامل كشخص وسميها المحددات الداخلية، وقسم ثاني يتعلق بالبيئة المحيطة وسميها محددات خارجية أما هذه المحددات فهي على النحو التالي:

1-3-1- محددات داخلية:

- **الجهد:** هو الجهد الناتج عن حصول العامل على الدعم والحافز والذي تترجم إلى الطاقات الجسمية والحركية والعقلية التي يبذلها العامل لأداء مهمته". (المحاسنة، 2013، ص، 113).

* هذا يعني أن جهد العامل يجب أن يكون له طاقات تدعمه وتحفز حتى يقوم العامل بمهمته على أكمل وجه، وهذا ما ينعكس على أدائه.

- **"القدرات:** ونعني بها تلك الخصائص والمهارات الشخصية اللازمة لأداء الوظيفة وتسمى أحيانا بالكفايات أو السمات الشخصية.

- **إدراك الدور:** ويشير إلى الاتجاه الذي يعتقد العامل أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله، أي توجه جهد العامل". (المرجع السابق، ص، 114).

* بمعنى أن أداء العامل يتحدد بمدى فهمه للدور الذي يوكل إليه في العمل الذي يقوم به.

1-3-2- المحددات الخارجية:

"يشير الواقع إلى أن هناك عناصر ومحددات تخرج عن سيطرة العامل وتؤثر على الأداء تتمثل في:

- **متطلبات العمل:** وتتعلق بكل من الواجبات والمسؤوليات والأدوات والتوقعات المأمولة من العامل إضافة إلى الطرق والأساليب والأدوات والمعدات المستخدمة في ممارسة العمل.

- **البيئة التنظيمية:** ويشمل عادة كل من مناخ العمل، الإشراف، توفر الموارد الأنظمة الإدارية الهيكل التنظيمي، الاتصال... الخ". (المرجع السابق، ص، 114).

* إن البيئة التنظيمية من بين العوامل الأساسية في الأداء المهني لما لها من أهمية بالغة في التحفيز ودفع العامل نحو الأداء الجيد وبالتالي تحقيق الجودة.

- **"البيئة الخارجية:** تؤثر البيئة الخارجية للتنظيم الذي يعمل به العامل على أدائه كالمنافسة الخارجية والتحديات الاقتصادية، واختلاف الرتب، ... الخ". (المرجع السابق ص، ص، 114، 115، بتصرف).

* إن هذه التأثيرات كاختلاف الرتب مثلاً قد يؤثر سلباً على أداء العاملين عندما تكون الرتب متدنية ومعطاة لأشخاص لا يستحقونها، وبالتالي فالبيئة الخارجية مهمة وتأثر على أداء الموظف داخل المؤسسة.

1-4-4: العوامل المؤثرة على الأداء المهني.

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على الأداء المهني نذكر منها:

1-4-4-1- التوقعات (Expectations):

"هل يعرف العاملون ما هو متوقع منهم؟ هل تم تحديد الأداء بشكل واضح وتم تعميمها على الجميع؟

1-4-4-2- الدوافع (Incentives):

هل هناك دوافع جذابة لدى العاملين تشجع وتدعم الوصول إلى الأداء المرغوب فيه؟

1-4-4-3- المهارات والمعارف (Skills And Knowledge):

هل يعرف العاملون كيفية تنفيذ جميع عناصر عملهم؟". (الدحلة، 2001، ص، 100).

*إن هذه التوقعات والدوافع والمهارات والمعارف تؤثر تأثيراً مباشراً على الأداء المهني للعمال، فعندما تكون للعامل دافعية لأداء عمله وتكون له معرفة بطبيعة عمله وكيفية تنفيذه، وبالتالي يكون الأداء جيّد والعكس صحيح.

1-4-4- التغذية الراجعة (Feedback):

"هل يتم إيصال نتائج الأداء للعاملين وإبلاغهم عنها؟ هل يتم إبلاغ الإدارة باستمرار بنتائج الأداء؟

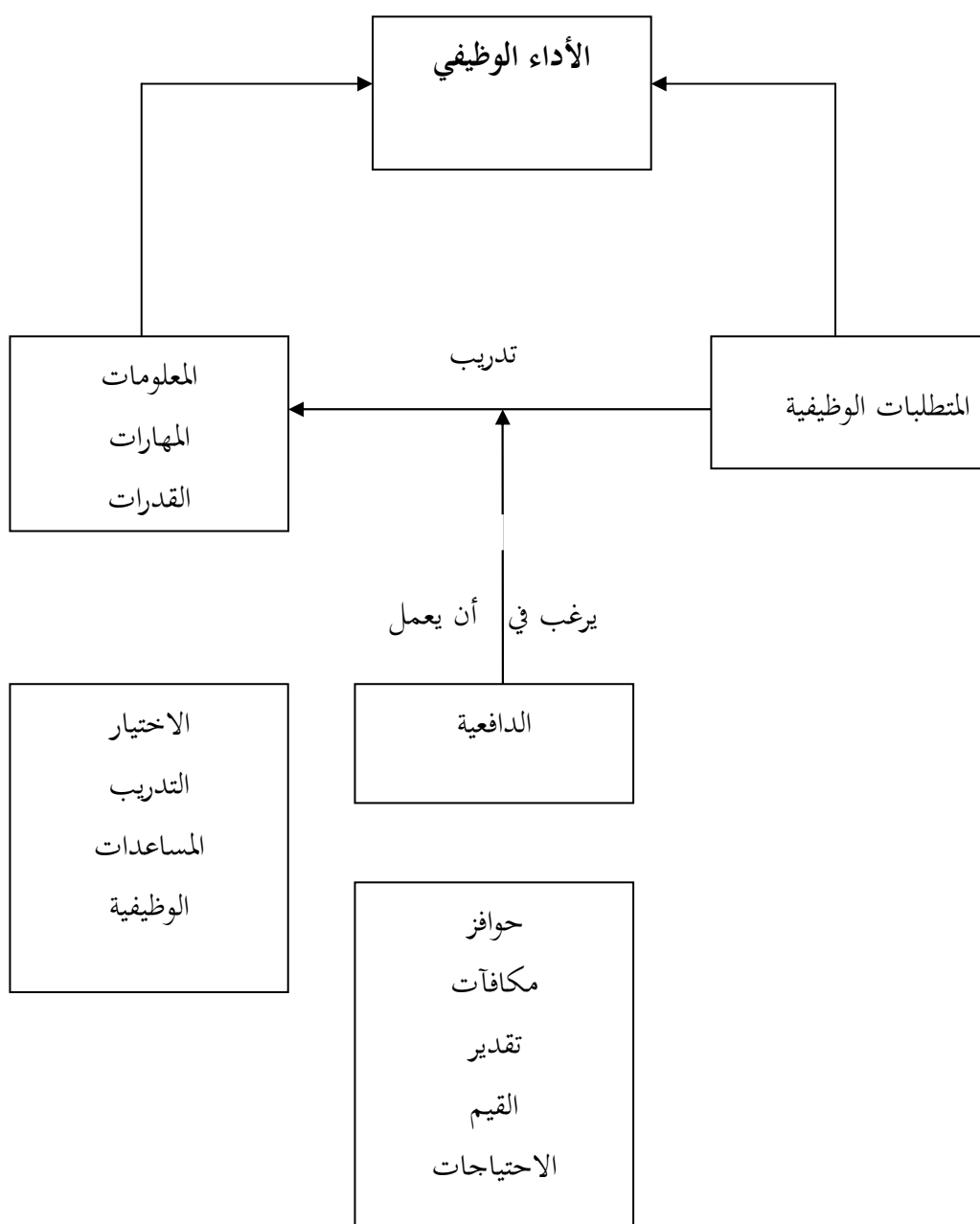
1-4-5- القدرات (Capacity):

هل يمتلك العاملون القدرات الفكرية والجسدية والنفسية؟

1-4-6- تصميم العمل (Job Design):

هل هناك أية عقبات أمام الأداء؟ هل هناك تداخل بين الأعمال المختلفة؟ هل إجراءات العمل وأسلوب تدفقه منطقيان؟. (المرجع السابق، ص، 100).

الشكل رقم (04): العوامل التي تؤثر على الأداء الوظيفي.



(المرجع السابق، ص، 123).

ثانيا: تقييم الأداء المهني.

2-1- طرق تقييم الأداء المهني.

*يقصد بطريقة تقييم الأداء الكيفية التي يمكن أن يعرف بها المقيم مدى كفاءة العامل وقدرته على إنجاز المهام الموكلة إليه، وهناك طرق تقليدية، وأخرى حديثة لتقييم الأداء الوظيفي.

2-1-1- الطرق التقليدية:

"وأهم هذه الطرق ما يلي:

- طريقة التدرج البياني (Graphic Rating Scale):

تعتبر هذه الطريقة من أبسط الطرق وأكثرها شيوعا، ويقاس أداء الموظف هنا وفق معايير محددة مثل نوعية الأداء، كمية الأداء، المعرفة بطبيعة العمل المظهر، التعاون... وتحدد الدرجات على أساس (1-5) أو (1-3) حيث يمثل الرقم (1) أقل درجة للتقويم و(5) أو (3) أعلى درجة". (حروش صالح السالم، 2006، ص، 110).

- طريقة المقارنة بين العاملين (Paired Comparison):

"في هذه الطريقة يعطى كل فرد الفرصة لكي يتم مقارنته بباقي الأفراد في نفس القسم ويتكون وفقا لذلك ثنائيات. "زوجات" من المقارنات، ويتحدد في كل منها أي فرد أفضل". (ماهر، 2003 ص، 377).

- طريقة التقييم بحرية التعبير (Free- From Essay):

"إن استخدام هذه الطريقة لقياس أداء العاملين لا يتطلب جداول أو قوائم محددة أو أية وسائل أخرى. إنها بكل بساطة تتطلب أن يقوم المشرف أو أي مقيم آخر بكتابة انطباعاته عن الفرد على صحيفة من ورق". (شاويش، 2005، ص، 95).

- طرق السمات:

"إن مناهج السمات المستخدمة في قياس وتقييم الأداء تصمم من أجل قياس الخصائص والسمات العامة للأفراد مثل الاستقلال، الإبداع، المبادأة والقيادة، وهذه السمات من المهم التعرف عليها نظرا لارتباطها بالأداء الوظيفي والأداء التنظيمي ككل". (جاب الرب، 2009، ص، 71).

2-1-2- الطرق الحديثة:

وأشهر هذه الطرق هي:

- طريقة الأهداف والنتائج (Evaluation By Dbyectives):

"تركز هذه الطريقة على النتائج التي يحققها المرؤوسون، وفق الأهداف التي وضحت لهم بالاتفاق بينهم وبين رؤسائهم.

- طريقة قوائم المراجعة:

تتضمن القائمة مجموعة من العبارات الوصفية التي تصف الأداء الكفاء للعامل، ويتم الاتفاق على هذه العبارات بين الرؤساء المباشرين، ووحدة الموارد البشرية". (حجازي، (د.س)، ص، 287، 289).

-مقياس الملاحظات السلوكية:

- "التركيز على السلوك الملاحظ.
- مراقبة ومتابعة الأفراد العاملين.
- تقييم الأداء اعتمادا على النتائج المحققة فعلا". (غري، قيرة، سلاطينة، 2007، ص، 147).

2-2- أهمية عملية تقييم أداء العاملين.

- "رفع مستوى ودرجة الإنشداد إلى المنظمة.
- زيادة شعور الموظف بالمسؤولية وما يترتب عليها من صدور قرارات بشأن مستقبله في المنظمة". (الكرخي، 2013، ص، 124).
- "تحديد مواطن القوة والضعف في أداء العاملين مما يسهل من تحديد أساليب علاجها.
- تحديد مستوى أداء العاملين ومدى توافقهم مع وظائفهم الحالية". (ماهر، مرجع سابق ص، 371).
- "استخدام نتائج التقييم في اتخاذ القرارات المناسبة في الترقية والنقل واستبدال المواقع الوظيفية.
- استخدام نتائج التقييم في منح الكفاءات أو المزايا بما يتناسب ودرجة أداء الموظف". (الكرخي 2014، ص، 129).
- "إرشاد الموظف لما يجب أدائه لتحسين مهارات العمل.
- المساعدة في اتخاذ القرارات الخاصة بالتعويضات.
- توفير وقت ثمين للاتصال مع الموظفين.
- توفير فرصة لشرح رؤية العمل ومحاولة مواءمة العاملين معها.
- حماية الشركة أو المشروع ضد قضايا التمييز.
- يمكن أن يستخدم تقييم الأداء كوسيلة لتشجيع العمل الجماعي إذا احتوت على معايير لقياس أداء الفريق ككل بالإضافة إلى معايير قياس الأداء الفردي". (عبد الباقي مسلم، حسن، 2007 ص 239).

2-3- عناصر تقييم الأداء.

ينبغي في علمية تقييم الأداء مراعاة العناصر التالية:

2-3-1- تحديد الغرض:

"هو الهدف الذي تسعى له الإدارة من وراء العملية وجمعها لهذه المعلومات والبيانات، حيث يمكن أن توظفها لعدة أغراض منها:

- تقييم معلومات للعاملين أنفسهم على جودة وكفاءة أدائهم لأعمالهم وذلك للمعرفة ولتحسين الأداء نحو الأفضل.

- تحديد الوظيفة الحالية المناسبة، أو الوظيفة المستقبلية التي يمكن أن ينتقل إليها العامل، أو الاستغناء عن العامل". (مبروك إبراهيم، 2014، ص، 113).

2-3-2- تحديد المسؤول عن عملية التقييم:

"ويمكن أن يتم تقييم الأداء بواسطة أي طرف من الأطراف التالية:

- الرئيس يقيم مسؤوليه.

- المرؤوسين يقيمون رئيسهم.

- الزملاء يقيمون بعضهم.

- مجموعة من المقيمين يقيمون بالتقويم". (ماهر، 2004، ص، 290).

*إن مسؤولية الرئيس هي إصدار القرارات والتعليمات بشكل سليم وليس التقييم كما أن الطريقة الثانية والتي ترى بأن المرؤوسين يقيمون رئيسهم تتنافى مع مبادئ الإدارة وتسلسلها من الأعلى إلى الأسفل، كما نجد أن هناك من العمال من يعتبر تقييمه لرئيسه غريب ويمانعون في التقييم، أما الطريقة

الأخيرة والتي تعني وجود لجنة تضع تقويم لكل مكلف بعمل ما داخل المؤسسة، هذا التقويم يتم بشكل فردي وبالتالي فهو يلغي الدور الجماعي للعمل، فالإدارة تنظم واحد وليس كل على حدة.

2-3-3- توقيت إجراء التقييم:

"وهناك ثلاث أمور يجب مراعاتها

- موضوع التقييم: هل هو رسمي أو غير رسمي؟

- موعد التقييم: هل يكون دوري أو بعد إنهاء العمل؟

- عدد مرات التقييم: مرة واحدة أو أكثر". (ربابعة، 2003، ص، 98).

2-3-4- معايير تقييم الأداء:

"يقصد بها تلك العناصر التي تستخدم كركائز للتقييم وهي كالاتي:

- معايير نواتج الأداء: كمية الأداء وجودة الأداء.

- معايير سلوك الأداء: معالجة شكاوي العملاء، المواظبة على العمل... الخ.

- معايير صفات شخصية: المبادرة، الانتباه، الذكاء، الانفعال... الخ". (ماهر، مرجع سابق، ص، 293، بتصرف).

*إن المعايير الشخصية قد تكون غير دقيقة لأنها لا تصف الأداء بل تصف صفات الشخص القائم بالأداء.

2-4-2- عوامل تقييم الأداء.

"وهي العوامل التي تؤثر على أداء العامل مباشرة ويقوم على أساسها الفرد مثل كمية الإنتاج ونوعية الخدمة المقدمة للعملاء، المعرفة الجيدة للعمليات والاستعداد للتطور، الكفاءة.

2-4-1- عوامل شخصية:

- غموض العبارات التي تصف الشخصية، مما يؤدي إلى تقييم غير موضوعي.
- ليس هناك اتفاق عام على عوامل الشخصية التي تؤثر على أداء الفرد.
- تفتقد معظم تقييمات الشخصية المحددات السلوكية التي تساعد الفرد على تغيير وتحسين أدائه
- بنجاح". (بن عيشي، 2012، ص، 27).

*إن العوامل الشخصية في تقييم الأداء تؤدي إلى العداء والحساسية بين العمال كما أن العوامل الشخصية تكون في غالب الأحيان غير صادقة لأنها تقوم على فهم القائم بعملية التقييم.

2-4-2- عوامل النتائج:

- يتم تقييم نتائج الأداء من خلال العوامل الأربعة التالية:
- "الكمية: ما هو حجم ما تم إنجازه بالمقارنة مع ما كان متوقعا وهل أثرت أية ظروف خارج إرادة العامل على الكمية المنجزة سواء كان إيجابيا أم سلبيا.
- الجودة: ما هي جودة النتائج، وما هي نوعية العمل الذي أنجز بالمقارنة مع النوعية المتوقعة.
- التكلفة: ما هي تكلفة تحقيق النتائج؟ ما هي التكلفة بالمقارنة مع الميزانية.
- الوقت المحدد للإنجاز: هل أنجز العامل العمل المطلوب منه في الوقت المحدد. (المرجع السابق، ص، 27).
- *وقد تتطلب بعض الوظائف مثل الوظائف التي تقدم خدمات وليس إنتاجا سلعيًا استخدام الحكم الشخصي لتقييم نتائج الأداء.

2-4-3- عوامل السلوك:

*هناك عوامل السلوك التي يتم تقييمها على النحو الآتي:

- "التخطيط: ما هي القدرة على النظر إلى الأمام، ووضع برنامج عمل ناجح.
 - التنظيم: الاهتمام بمدى فعالية إنجاز العمل اليومي، وهل يوفق العامل بين العمل المطلوب والموارد المتاحة بأسلوب فعال.
 - التفويض: الاهتمام برغبة الموظف وقدرته على تحديد وتوزيع العمل على الأفراد المؤهلين وتفويضهم الصلاحية المطلوبة لإنجاز عمل بنجاح".
 - اتخاذ القرارات: الاهتمام نوعية العامل في الحكم على الأمور". (المرجع السابق، ص، 28).
 - *تعد عوامل التخطيط والتنظيم والتفويض واتخاذ القرارات من بين العوامل الأساسية لتقييم السلوك.
 - "الاتصالات الشفوية: والاهتمام بمهارة العامل في التعبير الشفوي عن أفكاره بوضوح وفعالية مع الآخرين.
 - الاتصالات الكتابية: وهي الرغبة والمقدرة على التعبير عن الأفكار بوضوح وفعالية". (المرجع السابق ص، ص، 28، 29).
- 2-5- صعوبات قياس وتقييم أداء العاملين وطرق معالجتها.**
- "من الصعوبة بما كان التأكد من صحة نتائج قياس الأداء بالنسبة للوظائف الإدارية، وذلك بسبب أن أغلب العناصر التي تدخل في قياسها غير ملموسة.
 - عدم ضمان الموضوعية في نتائج القياس، بسبب اعتماد القياس على الرأي والحكم الشخصي للمقوم". (عقيلي، 2012، ص، 197).
 - *بمعنى أن المقوم قد يدخل في قياس أداء الأفراد والعلاقات الشخصية مثل الصداقة والقرابة والوساطة... الخ.

- "مقاومة العاملين لقياس الأداء لاعتقادهم بأن مثل هذا النظام سيضعهم موضع رقابة مستمرة ودائمة على أدائهم وتصرفاتهم خلال العمل، مما يؤدي إلى رد فعل عكسي عندهم". (المرجع السابق ص، 197).

- "عدم وجود معايير ومستويات واضحة للأداء: يعتبر وجود معايير سلوكية وإنتاجية أمراً ضرورياً حتى تستقيم عملية تقييم الأداء.

- تأثير الهالة: يشير هذا المفهوم إلى تأثير من يقومون بعملية التقييم بخصائص الشخص الذي يتم تقييمه، حيث يمكن للشخص الذي يقوم بعملية التقييم أن يتأثر بانطباعاته الشخصية حول هذا الشخص وهي عملية غير دقيقة". (الفريوتي، 2010 ص، ص، 110، 111).

* هذا يعني أن الشخص الذي يقوم بعملية تقييم أداء الأفراد قد يحمل انطباع شخصي أو مسبق عن العاملين قبل التعامل معهم، وهذا ما يعيق عملية التقييم.

- "التساهل أو التشدد غير المبرر في عملية التقييم: يميل بعض من يقومون بالتقييم إلى التشدد والمبالغة في تقييم الموظفين أو التساهل والتهاون مما يفقد التقييم عن الأهداف المطلوب منها تحقيقها". (المرجع السابق، ص، 111).

- "الأولية والحدثة: إذ يعتمد المقوم هنا على الأخذ بالأداء الأولي للفرد دون الأخذ بنظر الاعتبار التطورات اللاحقة لأول عملية تقييم، أو أن يهمل أداء الفرد السابق ويعتمد المقوم على إعطاء صورة عن أحدث مستوى للأداء". (الهيبي، 2005، ص، 214).

* بمعنى أن المقوم للأداء يجب أن يعطي أو يولي اهتمام بالأداء السابق والحالي للأفراد، وكذا إعطاء الاعتبار للتطور الذي يطرأ على أداء الفرد لاحقاً.

- "الخطأ في اختيار وقت التقييم فكما هو معروف بأن المنظمات تتباين في عدد مرات تقويم الأداء فمنها من يقوم بالعملية سنوياً، ومنها من يقوم بها فصلياً، أو مرة كل ستة أشهر". (المرجع السابق ص، 216).

*وعليه فإن المؤسسة يجب أن تقوم بعملية تقييم أداء العمال بصفة مستمرة ومنتظمة، حتى تسهل عليها عملية تقييم أداء الأفراد.

وفيما يلي بعض الحلول لمعالجة صعوبات تقييم الأداء:

- "وضوح أهداف عملية تقييم الأداء.
- التوقيت الصحيح للعملية.
- صدق وثبات معايير التقييم.
- تناسب طريقة التقييم مع الأهداف.
- مؤهلات القائم بعملية التقييم.
- كفاءة الموارد البشرية المخصصة للعملية". (المرجع السابق، ص، 216).

*إضافة إلى هذه الحلول هناك حلول أخرى للحد من مشكلات الأداء فمثلا الاتصال الشخصي بين العمال والمشرفين يسهل عملية تقييم الأداء، بالإضافة إلى فتح باب للنقاش وطرح المشكلات وأهم العقبات، وذلك لوضع خطط للتصدي لها.

خلاصة الفصل الثالث:

وفي الأخير نخلص إلى أن الأداء لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال الجهود الكبيرة التي يبذلها العمال داخل المؤسسة الاقتصادية، ولذلك يجب على هذا النوع من المؤسسات أن تهتم بالأداء لأن على أساسه تتحقق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة، وعليها العمل والبحث وإتباع الطرق الكفيلة بتحسين الأداء لمعرفة نقاط القوة والضعف ومحاولة تصحيحها، للوصول إلى الغاية التي تصبوا إليها من زيادة الإنتاج والدقة في التخطيط والتنفيذ.

قائمة مصادر ومراجع الفصل:

- 1- محمود، بوقطف. (2014/2013). التكوين أثناء الخدمة ودوره في تحسين أداء الموظفين بالمؤسسة الجامعية. رسالة منشورة. جامعة محمد خيضر بسكرة: قسم العلوم الاجتماعية.
- 2- مومن، شرف الدين. (2012/2011). دور الإدارة بالعمليات في تحسين الأداء للمؤسسة الاقتصادية. رسالة منشورة. جامعة فرحات عباس سطيف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- 3- عادل، عشي. (2002/2001). الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم. رسالة منشورة. جامعة محمد خيضر بسكرة: قسم التسيير.
- 4- محمد، سليمان. (2007/2006). الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة. رسالة منشورة. جامعة المسيلة: قسم علوم التسيير.
- 5- إبراهيم محمد، المحاسنة. (2013). إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق. (ط1). الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.
- 6- فيصل عبد الرؤوف، الدحلة. (2001). تكنولوجيا الأداء البشري المفهوم وأساليب القياس والنماذج. (د.ط). عمان: (د.د).
- 7- عادل حروش صالح، مؤد سعيد السلام. (2006). إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي (ط2). الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.
- 8- أحمد، ماهر. (2003). الاختيارات واستخدامها في إدارة الموارد البشرية والأفراد. (د.ط). الإسكندرية: الدار الجامعية.

- 9- مصطفى نجيب، شاويش. (2005). إدارة الموارد البشرية. (ط3). الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 10- سيد محمد، جاب الرب. (2009). استراتيجيات تطوير وتحسين الأداء: الأطر المنهجية والتطبيقات العلمية. (د.ط.). (د.ب.): مطبعة العشري.
- 11- محمد حافظ، حجازي. (د.س.). إدارة المورد البشرية، (د.ط.). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 12- علي غربي، إسماعيل قيرة، بلقاسم سلاطينة. (2007). تنمية الموارد البشرية. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 13- مجيد، الكرخي. (2013). إدارة الموارد البشرية: مدخل نظري وتطبيقي. (ط1). الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 14- مجيد، الكرخي. (2014). إدارة الموارد البشرية. (ط1). الأردن. دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 15- صلاح الدين عبد الباقي، علي عبد الهادي مسلم، راوية حسن. (2007). إدارة الموارد البشرية. (د.ط.). الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- 16- السعيد، مبروك إبراهيم. (2014). إدارة الموارد البشرية بالمكتبات الجامعية في عصر المعرفة. (ط1). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 17- أحمد، ماهر. (2004). إدارة الموارد البشرية. (د.ط.). (د.ب.): الدار الجامعية.
- 18- علي محمد، ربابعة. (2003). إدارة الموارد البشرية: تخصص: نظم المعلومات الإدارية. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

19- عمار، بن عيشي. (2012). اتجاهات التدريب وتقييم أداء الأفراد. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

20- عمر وصفي، عقيلي. (2012). تكنولوجيا إدارة الموارد البشرية الحديثة: الاستراتيجيات – الاقتصاديات. (ط1). الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.

21- محمد قاسم، القريوتي. (2010). الوجيز في إدارة الموارد البشرية. (ط1). عمان: دار وائل للنشر.

22- خالد، الهيتي. (2005). إدارة الموارد البشرية. (ط2). عمان: دار وائل للنشر.

الفصل الرابع:

استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها
على الأداء المهني للعمال بمؤسستي ميناء جن جن
ودبي .

تمهيد.

أولاً: تحليل البيانات الشخصية.

ثانياً: عادات وأنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.

ثالثاً: الإشاعات التي تحققها شبكة الانترنت لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

رابعاً: الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

خامساً: النتائج العامة للدراسة.

سادساً: إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

خلاصة الفصل.

الفصل الرابع: استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال

بمؤسستي ميناء جن جن ودبي:

تمهيد الفصل الرابع:

يعد الجانب التطبيقي في أي دراسة تدعيما للخلفية النظرية التي تهدف للإجابة عن التساؤلات المطروحة والوقوف على مدى تحقق فرضيات البحث ثم الحكم عليها بالقبول أو الرفض وسنحاول في هذا الفصل إعطاء نظرة تكاملية عن مجريات الدراسة الميدانية، والتي من خلالها سنقوم بتحويل المعطيات النظرية إلى حقائق إجرائية، والتي ستفيد في تحقيق الهدف العلمي الذي أجريت من أجله الدراسة .

كما سنحاول في هذا الفصل إجراء الخطوات العلمية المستخدمة في جمع وتحليل بيانات الدراسة، حيث بدأنا بصياغة استمارة الاستبيان ثم توزيعها، وصولاً إلى تفرغ البيانات وتفسيرها وتحليلها بناء على معطيات الجداول، وتوظيف أهم الملاحظات بالمؤسسة التي أجريت فيها الدراسة الميدانية، وكذا وضع نتائج الدراسة، لنصل في الأخير إلى إثبات أو نفي فرضيات الدراسة في ظل نتائجها.

أولاً: البيانات الشخصية

الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	%
ذكر	26	61.91%
أنثى	16	38.09%
المجموع	42	100%

المصدر: الجداول: من إعداد الطالبتين.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن .

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
30-20] سنة]	14	53.85%	09	56.25%	23	54.77%
41-31] سنة]	08	30.77%	07	43.75%	15	35.71%
42 فما فوق	04	15.38%	00	00%	04	09.52%
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%

المصدر: الجداول: من إعداد الطالبتين.

الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
أعزب (عزباء)	13	%50	07	%43.75	20	%47.61
متزوج (ة)	13	%50	09	%56.25	22	%52.39
مطلق (ة)	00	%00	00	%00	00	%00
أرمل (ة)	00	%00	00	%00	00	%00
المجموع	26	%100	16	%100	42	%100

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
منخفض	06	%23.07	01	%06.25	07	%16.66
متوسط	16	%61.55	13	%81.25	29	%69.06
مرتفع	04	%15.38	02	%12.05	06	%14.28
المجموع	26	%100	16	%100	42	%100

الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
جامعي	23	%88.47	13	%81.25	36	%85.72
دون جامعي	03	%11.53	03	%14.75	06	%14.28
أخرى تذكر	00	%00	00	%00	00	%00
المجموع	26	%100	16	%100	42	%100

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
أقل من 5 سنوات	18	%69.24	11	%68.75	29	%69.06
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	06	%23.07	04	%25	10	%23.80
من 10 سنوات إلى 20 سنوات	02	%07.69	01	%06.25	03	%07.14
أكثر من 20 سنة	00	%00	00	%00	00	%00
المجموع	26	%100	16	%100	42	%100

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة التي يشغلها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيجل .

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
إطار	07	%28	07	%41.14	14	%33.33
متحكم	07	%28	06	%35.30	13	%30.96
منفذ	10	%40	04	%23.52	14	%33.33
أخرى تذكر	01	%04	00	%00	01	%02.38
المجموع	25	%100	17	%100	42	%100

تحليل وتفسير الجداول:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس بأن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذكور، حيث قدرت نسبتهم بـ (61.91%)، لتليها نسبة الإناث والمقدرة بـ (38.09%).

ونفسر ارتفاع نسبة الذكور لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي مقارنة بالإناث، بطبيعة الموقع الجغرافي للمؤسستين والبعيد نوعا ما عن التجمعات السكنية، مما يسهل عمل الذكور أكثر من الإناث كونهن يتجنبن العمل بمثل هذه الأماكن.

كما أن طبيعة العمل في حد ذاته يدفع المؤسسات إلى توظيف الذكور أكثر من الإناث، نظرا لنزول العمال إلى الميدان الذي يتم فيه تحميل وتنزيل الحاويات وتصنيفها وفق معايير معينة، وهذا ما لاحظناه أثناء الزيارات المتكررة للميناءين.

لكن على الرغم من العراقيل التي تحول دون مشاركة العنصر النسوي في العمل بالمؤسستين إلا أن النسبة المحترمة التي مثلتها نسبة الإناث، تشير إلى تحديات وفعالية ومنافسة المرأة الجيولوجية للرجل في العمل بكل المجالات التي لم تعد حكرا على الرجال فقط.

وعليه فإننا نستنتج أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذكور.

ومن خلال الجدول رقم (03) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن يتضح أن نسبة عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي الذين تنحصر أعمالهم ما بين [20-30 سنة] مثلت أعلى نسبة حيث قدرت بـ (54.77%)، وهذا ما أكدته نسبة الإناث بـ (56.25%)، ونسبة الذكور بـ (53.85%)، فيما تعود المرتبة الثانية لفئة العمال ما بين [31-41 سنة] والتي بلغت نسبتها (35.71%)، وهذا ما تأكده نسبة الإناث بـ (43.75%) والذكور بـ (30.77%).

ونفسر النسبة الكبيرة للعمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين [20-30 سنة] بأن المؤسسات الاقتصادية اليوم تعتمد على الطاقات الشبانية، وتستثمر فيها كون هذه الفئة تتميز بالنشاط والحيوية "مما يجعل فئة الشباب عمود المجتمع الفقري ومستقبله المنتظر. وهم مصدر قوة لمجتمعهم"، وهذا ما أكدته علي بن عبد الله عسيري في كتابه "الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت". (المرجع السابق، ص 71).

كما أن المؤسسات الاقتصادية في الجزائر تعتمد حاليا على مبدأ تشغيل الشباب للتخلص من مشكل البطالة، والملاحظ أن هذه الفئة تستخدم الانترنت أكثر من بقية الفئات العمرية الأخرى

الذين لا يزالون يستخدمون الطرق التقليدية في أداء وظائفهم، عكس الشباب الذين يعتبرون أن استخدام الانترنت وتوظيف التكنولوجيا أمر ضروري في أداء عملهم .

ومنه نستنتج أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي شباب تنحصر أعمارهم ما بين [20-30 سنة].

كما نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي متزوجون، حيث قدرت نسبتهم بـ (52.39%)، وهذا ما تؤكد نسبة الإناث والمقدرة بـ (56.25%) ونسبة الذكور بـ (50%)، لتليها نسبة العمال غير المتزوجون في المرتبة الثانية (العزاب) والتي قدرت نسبتهم بـ (47.61%)، وهذا ما تؤكد نسبة الذكور المقدرة بـ (50%) والإناث بـ (43.75%).

ونفسر ارتفاع نسبة العمال المتزوجون إلى كونهم يتزوجون في سن ما بين [20-30 سنة] وهذا لأن أغلب عمال المؤسسات تتراوح أعمارهم ما بين هذه الفئة، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (03)، كما يمكن إرجاع ارتفاع هذه النسبة إلى المستوى الاقتصادي للعمال والذي يسمح لهم بالزواج وتحمل المسؤولية، لأنه وكما هو معروف فالزواج يوفر للعامل الراحة والاستقرار النفسي اللذان يساعدانه للعمل في جو ملائم، مما ينعكس بشكل إيجابي على أداء العمال، ويعطي للمؤسستين مردودية عالية في العمل والخدمات التي تقدمانها.

وعليه نستنتج بأن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي متزوجون.

كما نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي أن نسبة العمال ذوي المستوى الاقتصادي "المتوسط" تمثل أعلى نسبة والتي قدرت بـ (69.06%)، وهذا ما تؤكد نسبة الإناث المقدرة بـ (81.25%) والذكور بـ (61.55%)، فيما عادت

المرتبة الثانية للعمال المحيين بأنّ مستواهم الاقتصادي "منخفض" وهذا بنسبة (16.66%) وهذا ما تؤكدته نسبة الذكور والمقدرة بـ (23.07%) والإناث (06.25%).

ونفسر نسبة المحيين بأنّ مستواهم الاقتصادي "متوسط" إلى أن المؤسساتان تخصصان رواتب يمكن أن تكون قيمتها متقاربة، وأن أغلب العمال راضين عن رواتبهم مقابل الوظائف التي يقومون بتأديتها في المؤسسات كما نفسر ارتفاع نسبة الإناث المحيات بأنّ مستواهم الاقتصادي متوسط مقارنة بالذكور التي كانت نسبتهم أقل من الإناث، إلى رضا الإناث بالدخل الذي يحصلن عليه مقابل أدائهن، لأنهن أكثر قناعة من الذكور الذين تكثرت متطلباتهم ومسؤولياتهم، مما يجعلهم في رغبة دائمة لدخل أكثر .

كما نفسر نسبة (16.66%) من العمال الذين يرون بأنّ مستواهم الاقتصادي "منخفض" إلى كون هذه الفئة غير راضية بالدخل الذي يقدم لها من طرف المؤسساتان، وهذا ما أكدته نسبة (23.07%) من نسبة الذكور .

وعليه نستنتج أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن وديي ذوي مستوى اقتصادي "متوسط".

والملاحظ من خلال الجدول رقم (06) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن وديي ذوي مستوى جامعي حيث مثلت نسبتهم (85.72%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور المقدرة بـ (88.47%)، ونسبة الإناث بـ (81.25%)، في حين عادت النسبة الثانية إلى العمال دون المستوى الجامعي والتي قدرت بـ (14.28%)، وهذا ما أكدته نسبة الإناث بـ (14.75%)، والذكور بنسبة (11.53%).

ويرجع ارتفاع نسبة العمال ذوي المستوى الجامعي إلى عدة أسباب منها: الاهتمام الذي أولته الدولة الجزائرية للتعليم أولا، وبرنامجهما السامي للقضاء على الأمية أو التقليل منها قدر المستطاع ثانيا

وثالثا وأخيرا مجانية التعليم التي منحت للأفراد فرصة لإكمال تعليمهم مروراً بجميع الأطوار التعليمية وصولاً إلى المستوى الجامعي، إضافة إلى أن ارتفاع النسبة يبين لنا أن المؤسسة توظف عمال ذوي المستوى العالي لزيادة الكفاءة، لأنّ المستوى التعليمي يؤثر بشكل كبير في تكوين اتجاهات الأفراد نحو الأشياء، كما أن التوظيف بالمؤسستين يتم على أساس الشهادة العلمية، وهذا مؤشر لتلقي مواردهما البشرية لتكوين متخصص في الجامعات والمعاهد.

والملاحظ أيضاً من خلال الجدول، أن نسبة الإناث لا تقل أهمية عن نسبة الذكور ذوي المستوى الجامعي، وهذا دليل على أن المرأة في مجتمعنا استطاعت كسر حواجز الأمية، وأصبحت تنافس الرجل في شتى ميادين العمل.

كما يمكن أيضاً تفسير النسبة المرتفعة لذوي المستوى الجامعي إلى حرص المؤسسات على استغلال الكوادر والطاقات البشرية المتخرجة من الجامعات، خاصة وأن طبيعة العمل داخلهما يتطلب جهداً فكرياً كبيراً، وهذا للرفع من مستوى الإنتاج والمعاملات وكذا الخدمات، إضافة إلى زيادة المنافسة بحكم الصبغة العالمية المرموقة التي تكتسيها المؤسسات وكما يوضحه الجدول رقم (36).

في حين يمكن تفسير نسبة العمال ذوي المستوى دون الجامعي بكونهم يمتلكون خبرة طويلة في مجال العمل وبالتالي استطاعوا تغطية نقص التعليم.

ومن هنا خرجنا بخلاصة مفادها أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذوي مستوى جامعي بنسبة كبيرة جداً.

أما فيما يتعلق بالجدول رقم (07) فهو يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل فالملاحظ أن العمال ذوي أقدمية أقل من 5 سنوات قد مثلوا أعلى نسبة قدرت بـ (69.06%) وهذا ما أكدته نسبة الذكور والتي قدرت بـ (69.24%) والإناث بـ (68.75%) أما النسبة الثانية فعادت للعمال

ذوي أقدمية في العمل من 5 إلى 10 سنوات والتي قدرت ب (23.80%) وهذا ما تؤكد نسبة الإناث المقدرة بـ (25%) و الذكور بـ (23.07%) .

ونفسر ارتفاع نسبة العمال ذوي أقدمية في العمل أقل من 5 سنوات إلى كون أغلب العمال داخل المؤسسات جدد في مجال العمل، وهذه النسبة دليل على التجديد في طريقة العمل، كما أنهما لا تزالان تستقطبان أفراد جدد، والبحث عن تجديد الطاقات العاملة ذات عطاء أكثر.

هذا لا يعني أن المؤسسات وخاصة مؤسسة ميناء جن جن استغنت كلياً عن ذوي الخبرة الطويلة في العمل، وهذا ما تأكده نسبة ذوي الخبرة الطويلة في العمل من 10 سنوات إلى 20 سنة والتي بلغت (07.14%)، وتعود هذه النسبة للإطارات أو أصحاب الوظائف الرئيسية بالمؤسستين مثل رؤساء الأقسام، فمنهم من يمتلكون خبرة طويلة في مجال العمل، وهذا ما لاحظناه أثناء الزيارات الميدانية للمؤسستين.

وكما نعرف اليوم فإن المؤسسات الاقتصادية بصفة خاصة، وباقي أنواع المؤسسات بصفة عامة، تسعى لمنح فرص للشباب المتخرج لإظهار قدراتهم وطاقاتهم والاستفادة منها، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (03) والجدول رقم (06) لأن أفكار الشباب تتماشى وطرق العمل العصرية والتخلص من الطرق التقليدية.

وعليه فإننا نستنتج بأن الطاقم البشري لمؤسستي ميناء جن جن ودبي حديث التكوين.

أما فيما يتعلق بالجدول رقم (08) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة التي يشغلها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي فنلاحظ تساوي نسبة الإطارات والمنفذين داخل المؤسسات وذلك بنسبة قدرت بـ (33.33%)، حيث مثلت نسبة الإناث في الإطارات (41.14%) والذكور (28%)، في حين سجلت نسبة (40%) للذكور من المنفذين ونسبة (23.52%) للإناث، فيما عادت

المرتبة الثالثة للمتحمكين بنسبة (30.96%)، وهذا ما أكدته نسبة (35.30%) للإناث، ونسبة (28%) للذكور.

ويرجع ذلك لحرص المؤسستين على التنسيق بين وظائف الإطارات والمنفذين، مما يقيهم على اتصال دائم، وهذا ما تؤكدته النظرية البنائية الوظيفية التي ترى بأن "المؤسسة تتكون من أجزاء وعناصر لكل منهما وظائفهما الأساسية وتؤكد الوظيفة على الترابط العام، أو الاعتماد على أجزاء النسق". (ولاس، وولف، مرجع سابق، ص، 33).

كما " يتكون المجتمع أو المجتمع المحلي أو الجماعة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء ووحدات مختلفة بعضها عن بعض، وعلى الرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجانسة ومتجاوبة وحداتها مع الأخرى ". (الحسن، مرجع سابق، ص، 56).

كما أن طبيعة العمل بالمؤسسة محصور ما بين التأطير والتسيير والتنفيذ.

ونرجع سبب ارتفاع نسبة الإناث اللاتي يشغلن وظيفة إطار والتي قدرت بـ (41.14%) إلى أن وظائف الإناث تنحصر في العمل داخل الإدارة عكس الرجال الذين يشغلون وظائف ما بين التأطير والتنفيذ والتحكم.

ومنه نستنتج أن الوظائف التي يشغلها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي تنحصر بين وظيفتي الإطار والتنفيذ.

ثانيا: عادات وأنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت في العمل.

المتغير	الذكور	النساء	المجموع	%
	التكرار	التكرار	التكرار	%
دائما	20	11	31	73.81%
أحيانا	06	05	11	26.19%
أبدا	00	00	00	00%
المجموع	26	16	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

يتضح من الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت في العمل أن أغلب الباحثين يستخدمونها "دائما" في العمل وذلك بنسبة قدرت بـ (73.81%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور التي قدرت بـ (76.93%) والإناث بـ (68.75%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة العمال الذين يستخدمونها "أحيانا" في العمل وذلك بنسبة قدرت بـ (26.19%)، وهذا ما أكدته نسبة (31.25%) للإناث ونسبة (23.07%) للذكور.

ونفسر نسبة العمال الذين يستخدمون الانترنت بشكل دائم في عملهم بمدى وعيهم بأهمية شبكة الانترنت، هذا ما يدل على حرصهم على مواكبة التطورات التكنولوجية واستعمالها في مجال العمل.

وهذا ما أكدته دراسة الطالبة "حورية بولعويديات" والتي توصلت في نتائجها إلى أنّ الانترنت تستخدم بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير بشبكة نقل الغاز بالشرق - GRTG - قسنطينة في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة (78.88%) وتستخدم خصوصا في الحصول على المعلومات، وذلك ما عبر عنه (79.16%) من مستخدمي الشبكة". (بولعويديات، مرجع سابق) .

ويتبين لنا من خلال إجابة المبحوثين على حرص المؤسسات على توفير فضاءات للربط بالانترنت والتي يمكن من خلالها أداء العمال لعملهم وفق التقنيات الحديثة التي تتميز بالسرعة والدقة، وكذا اختصار الوقت والجهد بالنسبة للعامل، كما أن طبيعة العمل داخل المؤسسات تفرض وبشدة التعامل مع هذه التقنية (الانترنت) لأنهما تتعاملان مع مؤسسات عالمية كبرى وهذا ما يسهل عملية التواصل بينهم.

ومنه نستنتج أن الانترنت تستخدم بشكل كبير داخل المؤسسات.

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام الانترنت في العمل.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
أقل من ساعة	01	03.84%	03	18.75%	04	09.52%
من 1 ساعة - 3 ساعات]	11	42.30%	06	37.05%	17	40.48%
أكثر من ثلاث ساعات	14	53.86%	07	43.75%	21	50%
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أن نسبة مستخدمي الانترنت من 3 ساعات فما فوق احتلت المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (50%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور التي قدرت بـ (53.86%) والإناث بـ (43.75%)، أما النسبة الثانية كانت لمستخدمي الانترنت من [1 ساعة إلى 3 ساعات] حيث قدرت بـ (40.48%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور المقدرة بـ (42.30%)، والإناث بـ (37.05%).

ويمكن تفسير النسب المرتفعة لمستخدمي الانترنت لأكثر من 3 ساعات لكون الانترنت تقنية هامة من تكنولوجيات الاتصال الحديثة، وهذا ما يؤكده الجدول رقم (09)، حيث تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية اليوم في تسيير نشاطاتها، واستخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت بنسب مرتفعة يؤكد سعيهما لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال الاتصال، واستغلالهما للانترنت بنسبة معتبرة يجعلهما قادرين على المنافسة الوطنية والعربية والعالمية، وهذا نظرا لطبيعة المهام التي أصبح من الصعب إنجازها يدوياً، وهذا ما يتطلب اللجوء إلى الشبكة ولمدة طويلة.

كما يمكن تفسير استخدام الانترنت من [1 ساعة - 3 ساعات] إلى حرص عمال المؤسسات على استخدامها في مجال العمل دون غيره.

وعليه نستنتج أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يقضون أكثر من 3 ساعات في العمل على شبكة الانترنت.

الجدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام الانترنت في العمل.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
تحميل الملفات	19	26.38%	14	42.43%	33	31.44%
مواكبة تطورات العصر	16	22.22%	03	09.09%	19	14.09%
سهولة الحصول على المعلومات	20	27.08%	10	30.30%	30	28.57%
اختصار الجهد والوقت	15	20.83%	06	18.18%	21	20%
أخرى تذكر	02	02.77%	00	00%	02	01.90%
المجموع	72	100%	33	100%	105	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

يتضح من الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام الانترنت في العمل من طرف عمال مؤسستي جن جن ودبي أن أغلب العمال يستخدمون الانترنت لتحميل الملفات وذلك بنسبة قدرت بـ (31.44%) وهذا ما أكدته نسبة (42.43%) للإناث، ونسبة (26.38%) للذكور، في حين عادت المرتبة الثانية لمستخدمي الانترنت، بسبب سهولة الحصول على المعلومات، وذلك بنسبة قدرت بـ (28.57%)، وهذا ما أكدته نسبة (30.30%) للإناث، ونسبة (27.08%) للذكور.

وهذا ما يفسر طبيعة نشاط المؤسسة القائم على الاستيراد والتصدير، وهذا ما يؤكد الجدول رقم (38) لأن طبيعة العمل داخل المؤسسات تفرض على عمالها تحميل مختلف الملفات الخاصة بالسلع والصفقات والمتعاملين، والمساهمين، والمعاملات المالية .

أما النسبة الثانية التي مثلت سهولة الحصول على المعلومات فيمكن إرجاعها إلى عصر السرعة الذي نعيشه اليوم بحيث يتميز بتنوع والتجديد في المعلومات، والذي يفرض على المؤسسات الاطلاع الدائم والمتواصل على مستجدات الأسواق والمؤسسات المنافسة وآخر التطورات الحاصلة في المجال الاقتصادي من بورصات وأسواق عالمية، نظرا للصبغة العالمية التي يكتسيها المناءين، وهذا ما يؤكد الجدول (36)، كما أن سهولة الحصول على المعلومات من أهم مميزات وخصائص شبكة الانترنت وهذا ما دفع عمال المؤسسات للاعتماد عليها نظرا لما توفره من راحة وعدم الإجهاد وريح الوقت والجهد، والمال مقابل الحصول على كم هائل من المعلومات .

ومنه نستنتج أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لتحميل الملفات وسهولة الحصول على المعلومات.

الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترات استخدام الانترنت في العمل.

المتغير / الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
في الصباح	22	35.48%	15	46.88%	37	39.36%
في الظهيرة	21	33.88%	09	28.12%	30	31.92%
في المساء	19	30.64%	08	25%	27	28.72%
المجموع	62	100%	32	100%	94	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترات استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت في العمل، نلاحظ أن أغلب العمال يستخدمون الانترنت في "الفترة الصباحية" بنسبة (39.36%)، وهذا ما تؤكدته نسبة الإناث والمقدرة بـ (46.88%) والذكور بنسبة (35.48%)، أما نسبة (31.92%) فكانت للعمال الذين يستخدمونها في "الظهرية" وهذا ما تؤكدته نسبة (33.88%) للذكور ونسبة (28.12%) للإناث، فيما عادت نسبة (28.72%) للعمال الذين يستخدمونها في "المساء" وهذا بنسبة (28.72%)، وهذا ما أكدته نسبة (30.64%) للذكور ونسبة (25%) للإناث.

ونفسر النسبة الأكبر لمستخدمي الانترنت في الفترة الصباحية بأن هذه الفترة تتميز فيها العمل بالنشاط والحيوية أكثر من الفترات الأخرى، إضافة إلى توفر شبكة الانترنت في الصباح نظرا للضغط المنخفض عليها نسبيا، وكذلك تتميز هذه الفترة بضغط في العمل المفروض على العمال والواجب إنجازهم، في حين يقل ضغط العمل في فترة الظهرية لأنها فترة راحة للعمال مما يدفعهم لاستخدام الانترنت بعيدا عن متطلبات العمل، متوجهين بذلك لاستخدامها من أجل الترفيه عن النفس مثل الفايسبوك، للتواصل مع الأصدقاء خارج إطار العمل، أو معرفة الأخبار في مجالات معينة.

ومن هنا نستنتج أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في الفترة الصباحية والمساءية بنسب متقاربة.

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الاستخدامات التي تركز عليها المؤسسات عند استخدام الانترنت.

المتغير	الذكور	النساء	المجموع	%
	المتغير	الذكور	النساء	المجموع
البحث عن المعلومات	22	24.46%	10	27.02%
تحويل البيانات	20	22.22%	07	18.91%
خدمة البريد الإلكتروني	21	23.33%	12	32.46%
العمل عن بعد	15	16.66%	07	18.91%
الإعلان الإلكتروني	11	12.22%	00	00%
الترفيه والأغراض الشخصية	01	01.11%	01	02.70%
أخرى تذكر	00	00%	00	00%
المجموع	90	100%	37	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الاستخدامات التي تركز عليهما مؤسستي ميناء جن جن ودبي عند استخدامهما للانترنت، نلاحظ أن خدمة البريد الإلكتروني من أهم الاستخدامات التي تركز عليهما المؤسسات، وقدرت نسبتها بـ (25.98%)، وهذا ما أكدته نسبة الإناث والمقدرة بـ (32.46%) والذكور بـ (23.33%)، لتليها خدمة البحث عن المعلومات بنسبة مقارنة جدا بلغت (25.20%)، وهذا ما أكدته نسبة الإناث بـ (27.02%) ونسبة الذكور بـ

(24.46%)، فيما عادت المرتبة الثالثة للعمال الذين يستخدمونها لتحويل البيانات وهذا بنسبة (21.27%)، وهذا ما أكدته نسبة (22.22%) للذكور و(18.91%) للإناث.

ونفسر النسب أعلاه بكون المؤسستين لا تقتصران على استخدام وحيد للانترنت، حيث يتم استخدامها والاستفادة منها بأشكال متعددة أهمها استخدام البريد الإلكتروني الذي يعتبر نافذة للاتصال وتبادل المعلومات والرسائل وكذا المهام والأعمال بين مختلف عمال الإدارة وبين عمال المؤسسات والمؤسسات الأخرى، لأنه في وقتنا الحالي والمبني على المعلومات وسرعة تبادلها وتجدها نجد أن أغلب المؤسسات والعمال يمتلكون بريدا إلكترونيا تماشيا مع ما تفرضه عليهم طبيعة العمل خاصة إذا كان ذا صبغة عالمية كما هو الحال بالنسبة للمؤسستين.

كما لا يمكننا تجاهل نسبة البحث عن المعلومات التي صارت رهان المؤسسات الاقتصادية وخلقت بابا للمنافسة أكثر وأرضية شرسة يكون فيها البقاء للأقوى، وهذا الأمر جعل المؤسسات تدرك الأهمية البالغة للمعلومات والاستثمار فيها من خلال البقاء في ترقب دائم على مستجدات السوق، والبورصات، والمؤسسات المنافسة، وهذا حتى تستطيع المؤسسات معرفة أين هما في السوق؟ وإلى أين تطمحان الوصول؟ مما يجعلهما تخططان لأهداف إستراتيجية دقيقة تمكنهما من الدفاع عن مكانتهما وتقديم خدمات أكثر لاستقطاب أكبر عدد من الزبائن، وحسب المعلومات التي قدمت لنا من طرف بعض عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي فإنهما استحدثتا طريقة جديدة لتسهيل التوجه إلى الحاويات المقصودة مباشرة، وهذا من خلال ربط جهاز لوح إلكتروني بالانترنت يحتوي على خريطة توجه العمال إلى الحاويات وذلك من أجل اختصار الجهد والوقت.

وبناء على ما سبق ذكره نستنتج أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تستخدمان الانترنت من أجل الاستفادة من خدمة البريد الإلكتروني، والبحث عن المعلومات مقارنة بالخدمات الأخرى التي توفرها الانترنت.

الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب سرعة انجاز العمل باستخدام الانترنت من طرف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيجل.

المتغير	الذكور	الإناث	المجموع	%
	المتغير	الذكور	الإناث	المجموع
كثيرا	22	84.62%	10	62.05%
قليل	04	15.38%	06	37.05%
أبدا	00	00%	00	00%
المجموع	26	100%	16	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب سرعة إنجاز العمل باستخدام الانترنت من طرف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي، نلاحظ أن الانترنت سهلت كثيرا إنجاز العمل بالنسبة للعمال وهذا بنسبة قدرت بـ (76.19%)، وهذا ما تؤكد نسبة الذكور والتي قدرت بـ (84.62%)، والإناث بـ (62.05%)، في حين عادت المرتبة الثانية لإجابات العمال بـ "قليل" والتي قدرت بـ (23.81%)، وهذا ما تؤكد نسبة إجابات الإناث والمقدرة بـ (37.05%)، ونسبة إجابات الذكور المقدرة بـ (15.38%).

ونفس ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يعتقدون بأن الانترنت ساهمت في سرعة إنجاز العمل "كثيرا" كون الانترنت سهلت الحصول على المعلومات وتحميل الملفات كما يوضحه الجدول رقم (11)، مما ساعد عمال المؤسسات على القيام بالمهام بسرعة وبأقل جهد مقارنة بطرق العمل التقليدية.

ويمكن تفسير الاستعمال "الكثير" للانترنت والذي ساعد في إنجاز العمل بسرعة إلى ما تعرضه المؤسسات على عمالها من ضرورة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والانترنت كتقنية من تقنياتها تستلزم ضرورة التحكم فيهما من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في المجال الاقتصادي كمجال حساس يعطي دفعا قويا لزيادة مداخل المؤسسات، كما أن سرعة إنجاز المهام من مميزات وخصائص شبكة الانترنت.

كما يمكن أن نفسر سبب إجابة بعض المبحوثين بمساهمة الانترنت "قليلا" في سرعة إنجاز مهامهم إلى كون هذه الفئة لا تعتمد على الانترنت بصفة دائمة، وهي نفس الفئة التي أجابت بأنها تستخدم الانترنت "أحيانا" في العمل كما يوضحه الجدول رقم (09).

ومنه نستنتج أن الانترنت ساهمت بشكل كبير في إنجاز العمل بمؤسستي ميناء جن جن ودبي.

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تشجيع إدارة المؤسسات للعمل على

شبكة الانترنت.

المتغير	التكرار	%	ذكور		التكرار	%	إناث	التكرار	%	المجموع	%
نعم	23	88.47%	07	43.75%	30	71.43%					
لا	03	11.53%	09	56.25%	12	28.57%					
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%					

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب تشجيع إدارة مؤسستي ميناء جن جن وديي للعمل على شبكة الانترنت، نلاحظ أن العمال الذين أجابوا "بنعم" حول أن المؤسسات تشجعهم للعمل على شبكة الانترنت قدرت نسبتهم بـ (71.43%)، وهي أعلى نسبة، وتؤكد لها نسبة الذكور والمقدرة بـ (88.47%) والإناث بـ (43.75%)، فيما عادت المرتبة الثانية للمجيبين بـ "لا" والذين قدرت نسبتهم بـ (28.57%)، وهذا ما تؤكد له نسبة الإناث بـ (56.25%) والذكور بـ (11.53%).

ونفسر الإجابات الكثيرة بـ "نعم" حول تشجيع إدارة المؤسسات للعمل على شبكة الانترنت بطبيعة عملهما ومجال نشاطهما، حيث أن المكانة العالمية للميناءين تحتم عليهما ضرورة توظيف الانترنت كتقنية للتعريف بنشاطاتها والتعامل مع مؤسسات أجنبية توظف الانترنت في ميدان عملها والتحكم فيها، كل هذه الأسباب تدفعهما للعمل على منافسة مثل هذه المؤسسات في مجال التحكم في التكنولوجيا، إضافة إلى أن التحديات التي تقوم بها المؤسسات الجزائرية حاليا من أجل الدخول في قلب المنافسة العالمية للتحكم في التكنولوجيات الحديثة والربط بالانترنت انعكست بشكل إيجابي على مردودية المؤسسات.

كما يمكن تفسير نسبة الذكور المجيبين بـ "نعم" والتي قدرت نسبتهم بـ (88.47%) مقارنة بالإناث والتي كانت نسبتهم بـ (43.75%)، إلى أن الذكور يميلون إلى إجراء دورات تكوينية في هذا المجال كما أنهم أكثر استخداما للانترنت خاصة وأنهم يمثلون الغالبية داخل المؤسسات وذلك بنسبة (61.91%) كما وضعه الجدول رقم (02)، إضافة إلى ذلك أنهم يميلون إلى دراسة تخصصات علمية في مجال الاتصال والتكنولوجيات الحديثة أكثر من الإناث اللواتي يعتبرن أن التكوين في هذا المجال يضيع عليهن الوقت.

أما نسبة المجيبين بـ "لا" والذين يعتقدون بأن إدارة المؤسستين لا تشجعهم للعمل على شبكة الانترنت، فيمكن إرجاعها إلى كون أن هذه الفئة لا تستخدم الانترنت في العمل إلا لفترات معينة وقليلة بشكل غير دائم، بمعنى أنهم يستخدمونها للضرورة فقط، كما أن الوظائف التي يشغلونها لا تتطلب وجود شبكة الانترنت.

ومنه نستنتج أن إدارتي مؤسستي ميناء جن جن ودبي تشجعان عمالها للعمل على شبكة الانترنت بشكل كبير.

الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب اقتراحات العمال لتحقيق استخدام فعال للانترنت.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت على مستوى المؤسسة.	18	40%	12	66.66%	30	47.63%
الإعلام الواسع عن أهمية الانترنت وخدماتها.	12	26.66%	02	11.11%	14	22.22%
تنظيم دورات تكوينية مستمرة لصالح العمال.	15	33.34%	04	22.22%	19	30.15%
أخرى تذكر.	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع.	45	100%	18	100%	63	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اقتراحات عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي لتحقيق استخدام فعال للانترنت، نلاحظ أن نسبة العمال الذين يقترحون على المؤسسات توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت مثلت أعلى نسبة حيث قدرت بـ (47.63%) وهذا ما يؤكد نسبة الذكور والمقدرة بـ (40%)، والإناث (66.66%).

لتليها نسبة العمال الذين اقترحوا على المؤسسات تنظيم دورات تكوينية مستمرة والمقدرة بـ (30.15%)، وهذا ما يؤكد نسبة الذكور والمقدرة بـ (33.34%)، والإناث بـ (22.22%).

ونفسر ارتفاع نسبة العمال الذين اقترحوا على المؤسسات توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت على مستواهما، لأنهما تعانيان رداءة الربط بالانترنت، والانقطاع المستمر للشبكة مما يعيق العمل داخل المؤسسات، إضافة إلى الربط غير المكثف بالشبكة حيث يكون حكرًا على عمال دون عمال آخرين.

أما ما يمكن تفسيره من اقتراح عمال المؤسسات تنظيم دورات تكوينية مستمرة، هو أن العمال الذين يستخدمون الانترنت في عملهم يجدون أنفسهم يعانون من نقص المعرفة في مجال التحكم بالانترنت كتقنية تتطلب كفاءة عالية لتوظيفها بشكل جيد في العمل بعيدا عن المشاكل والمعوقات التي تمنعهم من التمكن من تكنولوجيات الاتصال مقارنة بعمال المؤسسات الأجنبية، فالمؤسسات ورغم العمل الكبير والمجهودات المبذولة من أجل المنافسة العالمية إلا أنهما لا تزالان تعانيان نقصا في مجال التحكم في التكنولوجيات الحديثة، وهذا ما يؤكد دراسة الباحث محمد بن علي المانع (2006)، والتي خلص فيها إلى أن "أفراد المجتمع يميلون للموافقة وبدرجة كبيرة جدا على أن أهم هذه المعوقات التي تواجه التقنية ما يلي: هو قلة هذه الأجهزة وانخفاض تدريب العاملين بالأمن العام في استخدامها. (المانع، مرجع سابق)، وهذا ما يؤكد الجدول أعلاه بالنسبة لمؤسستي ميناء جن جن ودبي

لكن هذه المعوقات لا تحول بينهما وبين المحاولة أكثر لتبني هذه التكنولوجيا والتحكم فيها، من أجل المحافظة على مكانتهما بين المؤسسات العالمية.

والملاحظ أيضا من خلال الجدول ارتفاع نسبة الإناث اللواتي تفضلن توفير المؤسستين لفضاءات كافية للربط بالانترنت وذلك بنسبة (66.66%)، وتعد نسبة معتبرة مقارنة بفئة الذكور ما يعني حرص الإناث على هذا الاقتراح الذي يفر لهن السرعة في إنجاز أعمالهن واختصار الوقت والجهد، خاصة وأن لديهن ارتباطات خارج العمل لأن أغلبهن متزوجات، كما يوضحه الجدول رقم (04)، في حين نجد أن الذكور يقترحون تنظيم دورات تكوينية لتحسين أدائهم وتطوير قدراتهم والرفع من مردودية عملهم، عكس الإناث اللواتي تجدن عائقا في ذلك .

وعليه نستنتج أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يقترحون توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت على مستوى المؤسسة لتحقيق الاستخدام الفعال لها.

ثالثاً: الإشباع التي تحققها شبكة الانترنت لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

الجدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع العمال لاستعمال الانترنت بالمؤسستين.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
لاختصار الوقت والجهد	23	%26.76	10	%27.03	33	%26.86
مواكبة تطورات العصر	18	%20.93	05	%13.52	23	%18.69
التسويق الإلكتروني	09	%10.46	00	%00	09	%07.31
خدمة الاتصال بالزبائن	15	%17.44	10	%27.03	25	%20.32
خدمة نقل الملفات	21	%24.41	11	%29.72	32	%26.01
أخرى تذكر	00	%00	01	%02.70	01	%00.81
المجموع	86	%100	37	%100	123	%100

* المصدر : الجدول : من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي لاستخدام الانترنت، نلاحظ أن نسبة مستخدمي الانترنت بالمؤسستين من أجل

اختصار الوقت والجهد كانت أعلى نسبة وقد قدرت بـ (26.86%)، وهذا ما تؤكدته نسبة (27.03%) للإناث، و (26.76%) للذكور، فيما عادت المرتبة الثانية للعمال الذين يستخدمونها لنقل الملفات وذلك بنسبة (26.01%)، وهذا ما أكدته نسبة (29.72%) للإناث و (24.41%) للذكور لتليهما في المرتبة الثالثة نسبة العمال الذين يستخدمونها بغرض الاتصال بالزبائن والتي قدرت بـ (20.32%)، وهذا ما أكدته نسبة (27.03%) للإناث و (17.44%) للذكور.

ونفسر إجابات المبحوثين لاستخدام الانترنت بغرض اختصار الوقت والجهد إلى السرعة والدقة التي وفرتها الانترنت لعمال المؤسسات من أجل إنجاز العمل في أقل وقت ممكن وبتكلفة منخفضة أيضا يوفر استخدام الانترنت بالنسبة لعمال المؤسسات قضاء للإبحار حول الأسواق والمؤسسات العالمية بدون قيود مما يجعلهم على اطلاع دائم عن السوق والمنافسين، وهي تقنية ألغت الطرق التقليدية للعمل والتي كانت تستغرق الكثير من الوقت وتتطلب جهدا كبيرا، وخاصة السرعة في إنجاز العمل باستخدام الشبكة دفعت بالعمال للقيام بمهامهم في وقت وجيز.

ونفسر نسبة المجيبين بأنهم يستخدمون الانترنت بسبب خدمة نقل الملفات لطبيعة العمل داخل المؤسسات التي تفرض عليهما ضرورة التعامل مع مؤسسات أخرى وتبادل وتحميل الملفات الخاصة بالمعاملات التجارية، والمالية، وأهم الصفقات التي يتم عقدها مع المتعاملين أو الزبائن مما يختصر على العمال الكثير من الوقت والجهد مقارنة بالطرق التقليدية، كما أن استخدام الشبكة لغرض خدمة الاتصال بالزبائن مكن المؤسسات من الاتصال الدائم بهم وإبقائهم على اطلاع بأهم الخدمات والنشاطات التي تقدمها وتقوم بهما المؤسسات.

وبناء على كل ما سبق ذكره فإننا نستنتج أن الأسباب التي تدفع عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي إلى استخدام الانترنت تكون في أغلبها لاختصار الوقت والجهد وخدمة نقل الملفات.

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الخدمات التي يستفيد منها عمال المؤسسات من استخدام الانترنت.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
الحصول على معلومات عن السلع والخدمات.	15	%22.06	04	%14.82	19	%20
اكتساب خبرات جديدة في مجال العمل.	18	%26.47	05	%18.52	23	%24.21
اكتساب معلومات في تخصصك.	18	%26.47	08	%29.63	26	%27.38
تبني أفكار جديدة في مجال العمل.	17	%25	08	%29.63	25	%26.31
أخرى تذكر	00	%00	02	%07.40	02	%02.10
المجموع	68	%100	27	%100	95	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الخدمات التي يستفيد منها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي من استخدام الانترنت، أن نسبة المجيبين بأنهم استفادوا من استخدام الانترنت باكتسابهم معلومات في تخصصهم وهذا بنسبة قدرت بـ (27.38%)، وهذا ما أكدته نسبة (29.63%)، للإناث ونسبة (26.47%)، للذكور، فيما عادت المرتبة الثانية للعمال الذين يستخدمونها من أجل تبني أفكار جديدة في مجال العمل وهذا بنسبة (26.31%) وهذا ما أكدته نسبة (29.63%) للإناث ونسبة (25%) للذكور، لتليها في المرتبة الثالثة نسبة العمال الذين يستخدمونها لاكتساب خبرات جديدة في مجال العمل وذلك بنسبة (24.21%) وهذا ما تؤكدته نسبة (26.47%) للذكور، و(18.52%) للإناث.

ونفسر نسبة العمال المجيبين بأنهم اكتسبوا معلومات جديدة في تخصصهم بكون العامل بمؤسستي ميناء جن جن ودبي يسعى دائما للتعلم والحصول على أكبر قدر من المعلومات، وكذا البحث من أجل توظيف هذه المعلومات في عمله مما ينعكس بشكل ايجابي على أدائه خاصة والمؤسسات عامة.

أما ما يمكن تفسيره من نسبة المجيبين بأنهم تبينوا أفكار جديدة في مجال العمل والتي قدرت بـ (26.31%)، فيمكن إرجاعها إلى أن عمال المؤسسات يبحثون بشكل دائم عن أفكار وطرق جديدة ومبتكرة من أجل توظيفها في عملهم مما يعود بالمنفعة على المؤسسات.

أما عن نسبة المجيبين بأنهم اكتسبوا خبرات جديدة في مجال العمل والتي بلغت نسبتهم (24.21%)، فنفسرها بأن التواصل المستمر لعمال المؤسسات مع عمال المؤسسات الأخرى عن طريق الشبكة مكنهم من الاستفادة من تطوير أنفسهم في مجال العمل نظرا للاحتكاك المستمر بعمال المؤسسات الأخرى، مما جعلهم يؤدون وظائفهم بدقة وأقل الأخطاء، وفي وقت وجيز.

وعليه فإننا نستنتج بأن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي اكتسبوا معلومات في تخصصهم عند استخدامهم للانترنت مما ساعدهم على تبني أفكار جديدة في مجال العمل.

الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مجالات استخدامهم للانترنت في العمل.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
انجاز العمل	23	39.67%	14	53.84%	37	44.04%
التسويق الإلكتروني	08	13.79%	02	7.69%	10	11.90%
الاتصال بالزبائن والموردين	15	25.86%	07	26.92%	22	26.19%
الإعلان الإلكتروني	12	20.68%	03	11.53%	15	17.85%
أخرى تذكر	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	58	100%	26	100%	84	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مجالات استخدامهم للانترنت في العمل نلاحظ أن (44.04%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لإنجاز عملهم، وهذا ما أكدته نسبة الإناث والمقدرة بـ (53.84%)، ونسبة الذكور بـ (39.67%)، في حين ترجع المرتبة الثانية لمجال الاتصال بالزبائن والموردين، وذلك بنسبة قدرت بـ (26.19%)، وهذا ما تؤكدته نسبة الإناث والمقدرة بـ (26.92%)، والذكور بنسبة (25.86%).

ونفسر إجابات المبحوثين الذين يستخدمون الانترنت من أجل إنجاز العمل لكون المؤسسات تفرضان على عمالهما توظيف الانترنت في مجال العمل كتقنية تسهل لهم إنجاز أعمالهم، كذلك طبيعة عمل المؤسسات والمكانة الاقتصادية العالمية التي تحتلها بين المنافسين، وهذا ما يستوجب عليهما توظيف هذه التقنية وباقي تكنولوجيات الاتصال في تسيير العمل، خاصة ونحن في عصر السرعة الذي يفرض على مؤسستي ميناء جن جن ودبي إنجاز المهام بسرعة ودقة عالية.

ونفسر إجابة المبحوثين لاستخدام الانترنت في مجال الاتصال بالزبائن والموردين، كون الانترنت ألغت الحدود الجغرافية واختصرت المسافات، إذ أن عمل المؤسسات لم يعد يقتصر على الاتصال المباشر بالزبائن والموردين، بل أصبح هناك اتصال وتفاعل عن بعد لإعطاء معلومات عن السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسات، ومن جهة أخرى فالصفقات التي تعقد مع المؤسسات الأخرى والموردين تتم عبر الشبكة و" لقد أصبح ممكنا الآن بالفعل أن يرسل أي إنسان إلى أي إنسان آخر رسالة عبر الانترنت، لأغراض تجارية أو تعليمية أو حتى للتسلية "وهذا ما أكدته" بيل جيسن" في مجلة عالم المعرفة (1978، ص، 133).

إنّ استخدام الانترنت في مجال إنجاز العمل أو الاتصال بالزبائن والموردين لا ينفي وجود مجالات أخرى يستعملها العمال داخل المؤسسات لكن بنسبة محترمة كالإعلان الالكتروني والتسويق الالكتروني اللذان لا تستعملهما المؤسسات بشكل كبير.

ومنه نستنتج أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لإنجاز عملهم والاتصال بالزبائن والموردين.

الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الرغبات التي يريد عمال المؤسسات إشباعها من خلال استخدام شبكة للانترنت.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
زيادة المعلومات	25	35.73%	13	50%	38	39.59%
اكتساب سلوكيات جديدة	09	12.85%	02	07.69%	11	11.45%
حب المنافسة	10	14.28%	01	03.84%	11	11.45%
تنمية الطموح وحب التطور	21	30%	07	26.94%	28	29.18%
الترفيه	05	07.14%	03	11.53%	08	08.33%
أخرى تذكر	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	70	100%	26	100%	96	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الرغبات التي يريد عمال المؤسسات إشباعها من خلال استخدام شبكة الانترنت، أن أغلب العاملين بمؤسستي ميناء جن جن ودبي يسعون لزيادة المعلومات لإشباع رغباتهم من خلال استخدام الانترنت وذلك بنسبة (39.59%) وهذا ما تؤكدته نسبة (50%) للإناث ونسبة (35.73%) للذكور.

في حين عادت المرتبة الثانية للعمال الذين يستعملون الانترنت بغرض تنمية الطموح وحب التطور وذلك بنسبة (29.18%)، وهذا ما أكدته نسبة (30%) للذكور و(26.94%) للإناث.

ونفس ارتفاع نسبة العمال الذين يسعون لزيادة معلوماتهم لإشباع رغبتهم على حرصهم للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات، سواء المعلومات المتعلقة بالزبون أو المؤسسات المنافسة أو الأسواق، وهذا ما تطرق إليه حسن عمر في كتابه "شركاء في مواجهة تحديات عصر الانترنت" في قوله: "إننا نشهد الآن هزة عنيفة للمؤسسات والشركات تدعوها لتوجيه جهودها نحو الوصول إلى المعلومات. إن المؤسسات التي ستصمد وتنتعش في السوق العالمي، هي المؤسسات المبنية والمعتمدة على المعلومات". (حسن عمر، 1997، ص، 33).

وهذا ما قد يضيف قيمة حقيقية للعمل الذي يقومون به، ويبعث بجو من التحدي والإثارة ويمكن الموظفين من الشعور بالاعتزاز بالنفس والاستمتاع بما يقومون به من أعمال، ويمكنهم أيضا من التفاعل مع عمال مؤسسات أخرى وهذا ما ينعكس على أدائهم بصورة إيجابية.

كما نفسر إجابة العمال حول الرغبات التي يريدون إشباعها والمتمثلة في تنمية الطموح وحب التطور على أن هؤلاء العمال يحبون التجديد والإطلاع والاكتشاف واكتساب خبرات جديدة لتوظيفها في عملهم من أجل فرض أنفسهم بالمؤسستين مما يولد روح المنافسة لدى العمال، وهذا ما يجعل المؤسسات في تطور مستمر مما ينعكس بشكل إيجابي على الأداء المهني للعمال، وهذا ما أكدته "نظرية الاستخدامات والإشباع" التي ترى: "بأن الجمهور يتميز بمشاركة إيجابية، أي أن استعمال الوسائل يرتبط عموما بمدى تحقيقه لأهداف الجمهور". (دليو، مرجع سابق، ص، 31).

ومن هنا نستنتج أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لزيادة معلوماتهم وتنمية الطموح وحب التطور.

الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الانترنت في تكوين الرصيد المعرفي لعمال المؤسسات.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
كثيرا	20	76.93%	09	56.25%	29	69.04%
قليلا	06	23.07%	07	43.75%	13	30.96%
أبدا	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الانترنت في تكوين الرصيد المعرفي لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي، أن نسبة العمال الذين ساهمت الانترنت في تكوين رصيدهم المعرفي "كثيرا" قدرت بـ (69.04%)، وهذا ما تؤكدته نسبة الذكور التي قدرت بـ (76.93%)، والإناث بـ (56.25%)، في حين عادت النسبة الثانية للعمال الذين ساهمت الانترنت "قليلا" في تكوين رصيدهم المعرفي والتي قدرت بـ (30.96%)، وهذا ما أكدته نسبة (43.75%) للإناث و (23.07%) للذكور.

ونفسر النسبة المرتفعة للمجيبين بأن الانترنت ساهمت بشكل كبير في تكوين رصيدهم المعرفي بأن الانترنت تسمح لمستخدميها باكتساب معارف وخبرات جديدة، وكذا طرق التحكم والتعامل مع هذه التقنية من جراء الاطلاع المستمر على آخر المستجدات المتعلقة بمجال العمل أو حتى بمجالات

أخرى خارج إطار العمل مما يكون لدى العامل خبرة للتعامل مع مختلف المواقف وتوظيف الرصيد المعرفي في العمل داخل المؤسسات مما ينعكس بشكل إيجابي عليهما.

كما نفسر ارتفاع نسبة الذكور المجيبين "بكثيرا" والتي قدرت بـ (76.93%) مقارنة بنسبة الإناث والتي كانت (56.25%)، إلى أن الذكور يسعون دوماً للبحث عن طرق تمكنهم من إبراز أنفسهم وحبهم للتطور وبحثهم عن المعلومات المتعلقة بمجال عملهم، بينما الإناث يتوجهن للاهتمام بمواضيع أخرى تساعدن خارج إطار عملهن كالاهتمام بالمعلومات المتعلقة بالطبخ والأسرة باعتبار أن أغلبهن متزوجات.

بينما نفسر إجابات المبحوثين بـ "قليلا" بأن هؤلاء العمال رغم الامتيازات والخصائص التي تتمتع بها الانترنت من سهولة الحصول على المعلومات إلا أنهم لا يبادرون لتنمية وتطوير رصيدهم المعرفي، مما يدل على أن هؤلاء العمال لا يستخدمون الانترنت بكثرة، بل يكتفون بإنجاز المهام الموكلة إليهم وييقون بعيدين عن السعي لدعم وزيادة رصيدهم المعرفي .

ومنه نستنتج أن استخدام الانترنت من طرف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ساهم وبشكل كبير في تكوين رصيدهم المعرفي.

الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الإشباكات المحققة من استخدام شبكة للانترنت.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
إشباكات معرفية	25	54.35%	11	44%	36	50.71%
إشباكات إخبارية	18	39.13%	12	48%	30	42.25%
إشباكات ترفيهية	03	06.52%	02	08	05	07.04
أخرى تذكر	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	46	100%	25	100%	71	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الإشباكات المحققة من استخدام شبكة الانترنت أن (50.71%) من عمال المؤسسات يسعون لتحقيق إشباكات معرفية وهذا ما أكدته نسبة (54.35%) للذكور، ونسبة (44%) للإناث، في حين نجد أن ثاني مرتبة عادت لإجابات العمال الذين يسعون إلى تحقيق إشباكات إخبارية، وذلك بنسبة قدرت بـ (42.25%) وهذا ما أكدته نسبة (48%) للإناث ونسبة (39.13%) للذكور.

ونفسر النسبة المرتفعة لاستخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت بغرض تحقيق إشباكات معرفية، كون عمالهما يسعون دائما للبحث عن طلب المعرفة وتطوير أنفسهم في مجال عملهم أو خارجه لأن أغلبهم ذوي المستوى الجامعي كما يوضحه الجدول رقم (06)، وكما يوضحه

الجدول رقم (36) فإن عمال المؤسسات يتعاملون مع عمال مؤسسات أجنبية هذا ما يتطلب منهم البحث عن مزيد من المعارف وتطوير خبراتهم حول العمل وطبيعة التعامل مع مختلف المواقف، مما يبرز قدراتهم في أداء وظائفهم بكل دقة، وهذا ما تهدف إليه المؤسسات الاقتصادية اليوم.

كما نفسر ارتفاع نسبة الذكور مقارنة بالإناث إلى كون الذكور يبحثون دائما عن المعرفة حتى في المجالات التي لا تخدم عملهم بدرجة كبيرة، فهم يميلون إلى اكتساب المعرفة وتطوير الذات أكثر.

ونفسر أيضا إجابات المبحوثين حول الإشباعات الإخبارية المحققة من استخدام شبكة الانترنت بكون العامل يمثل هذه المؤسسات الاقتصادية العالمية يبقى دائما على اطلاع بأخر المستجدات التي تتعلق بالأسواق العالمية والمنافسين وأهم البورصات، والزبائن، والشركاء.... الخ، وكذا الطرق الجديدة لتسيير العمل في المجال الذي يعمل به، فهذا الجانب مهم ولا يجب على المؤسسات إغفاله في ظل المنافسة العالمية الشرسة التي يبقى كل طرف فيهما مستيقظ لأي منافس قد يدخل ميدان عملهما في أي لحظة.

ومنه نستنتج أن أهم الاشباعات المحققة من استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت هي اشباعات معرفية.

الجدول رقم (23): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الانترنت في تحقيق الاشباع والاستغناء عن طلب مساعدة الزملاء في العمل.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
نعم	12	46.15%	04	25%	16	38.89%
لا	14	53.85%	12	75%	26	61.91%
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الانترنت في تحقيق الإشباع واستغناء عمال المؤسسات عن طلب المساعدة من الزملاء في العمل، أن أغلب المبحوثين أجابوا "بلا" أي عدم مساهمة الانترنت في الاستغناء عن طلب المساعدة من الزملاء في العمل وذلك بنسبة قدرت بـ (61.91%)، وهذا ما أكدته نسبة (75%) للإناث ونسبة (53.85%) للذكور لتأتي في المرتبة الثانية إجابات المبحوثين بـ "نعم" أي أن الانترنت ساهمت في الاستغناء عن طلب المساعدة من الزملاء في العمل، وذلك بنسبة قدرت بـ (38.89%)، وهذا ما أكدته نسبة (46.15%) للذكور ونسبة (25%) للإناث.

ونفسر نسبة المبحوثين الجييين بـ "لا" إلى أن عمال المؤسسات لا يستغنون عن طلب المساعدة من الزملاء في العمل للنقص الذي يعانيه عمال المؤسسات في التحكم بهذه التقنية، وكذلك غياب الفضاءات الكافية للربط بالانترنت، وغياب الدورات التكوينية لتمكين العمال من التحكم في هذه التكنولوجيا، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (16)، كما نفسر النسبة العالية للإناث الجييات "بلا"

إلى كونهن أقل تحكما وإقبالا على الاستفسار والبحث عن طرق تمكنهم من التحكم في العمل على الشبكة، ويميلن إلى حب الاتكال على الآخرين عكس الذكور الذين نجدهم يسعون للبحث أكثر وكذا الاعتماد على أنفسهم بعيدا عن طلب المساعدة من عمال يشغلون نفس وظائفهم، لكن هذا لا ينفي وجود عمال يستغنون عن طلب المساعدة من زملائهم في العمل كما يوضحه الجدول أعلاه ويعتبرون الانترنت ضرورية في أداء عملهم، ووسيلة كافية للقيام بالعمل، خاصة وما توفره من وقت وجهد، وسرعة في إنجاز العمل .

ومنه نستنتج أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي لا يستغنون عن طلب المساعدة من الزملاء في العمل رغم الإشباكات التي وفرتها لهم شبكة الانترنت.

رابعا: الأثر الذي أحدثته استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

الجدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت مؤسستي ميناء جن جن ودبي تملكان موقعا إلكترونيا.

المتغير	الذكور	إناث	المجموع	%
	المتغير	الذكور	إناث	المجموع
نعم	26	%100	16	%100
لا	00	%00	00	%00
المجموع	26	%100	16	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تملكان موقعا إلكترونيا، وهذا ما أكدته نسبة (100%) لكلا الجنسين.

ونفسر إجابة كل المبحوثين بأن المؤسسات تملكان موقعا إلكترونيا كونهما تتعاملان مع مؤسسات أجنبية عالمية، وهذا ما يفرض عليهما تصميم موقع إلكتروني للتعريف بالمؤسسات ونشاطاتها وأهم المؤسسات التي تتعاملان معها إضافة إلى المشاريع التي أنجزت والتي لازالت في طور الانجاز، والمشاريع المستقبلية، وهذا ما لمسناه أثناء تصفحنا للموقع، وما أكدته لنا عمال المؤسسات.

وبالتالي فالانترنت فتحت مجالا واسعا للمؤسسات اليوم للتعريف بنفسها وتقديم معلومات عن منتجاتها وخدماتها للزبائن والمتعاملين، والموقع الإلكتروني يعد بمثابة هوية للمؤسسة، وتمثيل فعال لرسالتها وصورتها لدى زبائنها، فمن خلاله تستطيع المؤسسات عرض منتجاتها وإقناع زبائنها والقيام بالبيع... الخ.

ومن هنا يتبين لنا حرص المؤسسات على مواكبة التطورات التكنولوجية وسعيهما إلى التعريف بنفسهما وتحسين صورتهم لدى الملايين من المتعاملين في جميع أنحاء العالم، خاصة وأن للموقع الإلكتروني أهمية بالغة وفائدة كبيرة تمثل حلقة وصل بين المؤسسين والعديد من المؤسسات والشركات فمن خلاله يتم تقديم الكثير من الخدمات والتسهيلات وتوفير الوقت والجهد للعمال والمتعاملين، كما يمثل الموقع الإلكتروني جانبا معرفيا ومعلوماتيا للمتلقي.

وبالتالي فالموقع الإلكتروني هو بمثابة المتحدث الرسمي عن المؤسسة الذي يتيح تعديل الإعلانات والمعلومات في أي وقت كان.

ومنه نستنتج أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تملكان موقعا إلكترونيا.

الجدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعت المؤسسات لتصميم موقع إلكتروني .

المتغير	الذكور	النساء	المجموع	%
	المتغير	الذكور	النساء	المجموع
توسيع قاعدة الزبائن	25	18.38%	16	26.22%
الترويج	26	19.14%	10	16.39%
تخفيض تكاليف الاتصال	14	10.29%	02	03.27%
تقديم خدمات على مدار اليوم	18	13.23%	10	16.39%
إعطاء صورة جيدة عن المؤسسة	19	13.97%	10	16.39%
التقرب من الأسواق البعيدة	20	14.70%	09	14.75%
لأن منافسينا لهم مواقع إلكترونية	14	10.29%	04	06.55%
المجموع	136	100%	61	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعت المؤسسات لتصميم موقع إلكتروني، تتمثل أساساً في توسيع قاعدة الزبائن، وذلك بنسبة قدرت بـ (20.81%) وهذا ما تؤكدته نسبة (26.22%) من إجابات الإناث ونسبة (18.38%) من إجابات الذكور، في حين نجد أن ثاني مرتبة عادت للترويج وذلك بنسبة قدرت بـ (18.29%)، وهذا ما أكدته نسبة (19.14%) للذكور ونسبة (16.39%) للإناث.

ونفسر السبب الذي دفع المؤسسات لتنصيب موقع إلكتروني بغرض توسيع قاعدة الزبائن إلى حرص المؤسسات على وضع خطط عملية من أجل بلوغ أهدافها الإستراتيجية القريبة والبعيدة المدى من خلال عرض مختلف الخدمات والسلع والنشاطات التي تقومون بها، خاصة وأن المؤسسات الاقتصادية اليوم أمام منافسة شرسة لاستقطاب أكبر قدر ممكن من الزبائن، حيث لاحظنا أثناء دراستنا الاستطلاعية وجود أشغال لتوسيع نشاطات وخدمات الميناءين، حيث يهدفان حالياً لجذب أكبر قدر ممكن من الزبائن، خاصة ميناء دبي الذي يسعى لاستقطاب البواخر الضخمة المحملة بالحاويات، مما يزيد من حجم السلع المصدرة والمستوردة من مختلف أنحاء العالم، وهذا ما يجعلهما محط أنظار مختلف المؤسسات والزبائن، خاصة وأن المؤسسات تكتسيان صبغة عالمية.

كما نفسر سعي المؤسسات إلى تنصيب موقع إلكتروني بغرض توسيع قاعدة الزبائن إلى وعيهما بأهمية الزبون خاصة وأنهما تواجهان منافسة شرسة في السوق العالمية، حيث تهدفان من خلال تنصيب الموقع الإلكتروني إلى إرضاء الزبائن وجذبهم، والمحافظة عليهم لكسب ولائهم من أجل البقاء في الواجهة .

في حين نفسر إجابات العمل الذين يعتقدون بأن الأسباب التي دفعت المؤسسات لتصميم الموقع الإلكتروني لغرض الترويج سواء للخدمات أو السلع التي يتم استيرادها وتصديرها، وكذلك توزيع

وعليه نستنتج أن السبب الرئيسي لتصميم مؤسستي ميناء جن جن ودبي لموقعهما الإلكترونيين يعود لتوسيع قاعدة الزائرين وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسات.

الجدول رقم (26) - 1- تقييم المبحوثين لتكاليف الترويج بعد استخدام الانترنت.

%	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	التكرار	%	التكرار	
%85.18	23	%40	02	%95.45	21	انخفضت
%14.82	04	%60	03	%04.55	01	ارتفعت
%100	27	%100	05	%100	22	المجموع

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول الذي يمثل تقييم المبحوثين لتكاليف الترويج بعد استخدام الانترنت، نلاحظ أن تكاليف الترويج "انخفضت" بنسبة (85.18%) وهذا ما تؤكده نسبة (95.45%) للذكور، ونسبة (40%) للإناث، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة العمال الذين يعتقدون أن تكاليف الترويج "ارتفعت" وذلك بنسبة (14.82%) وهذا ما أكدته نسبة (60%) للإناث ونسبة (4.55%) للذكور.

ونفسر النتيجة المرتفعة للمبحوثين الذين أجابوا أن تكاليف الترويج "انخفضت" إلى التكلفة المنخفضة للانترنت والتي سمحت للمؤسستين بالقيام بعمليات الترويج دون دفع أموال طائلة تكلفها خسارة جراء هذه العمليات، كما أن الانترنت ألغت الحدود الجغرافية ومكنت المؤسسات من دخول الأسواق، والمنافسة العالمية عبر الشبكة، دون دفع مصاريف التنقل إلى الدول التي تتعامل معها ونفسر ارتفاع نسبة الذكور بكونهم يشغلون وظائف في مجال الترويج.

كما نفسر النسبة المنخفضة لتكاليف الترويج بالمجهودات التي تبذلها المؤسسات في مجال استخدام الانترنت في عملية الترويج، وكذا نجاحهما في تخفيض التكاليف الناجمة عن هذه العملية إضافة إلى إدراكهما لأهمية الشبكة والموقع لنشر إعلاناتهما مقارنة بوسائل الترويج الأخرى والمتمثلة في الجرائد والمجلات... الخ.

كما نفسر إجابة المبحوثين الذين يعتقدون أن استخدام الانترنت رفع من تكاليف الترويج إلى كون هؤلاء العمال لا يستخدمون الانترنت "كثيرا" في العمل كما أن عملهم لا يشمل مجال الترويج. ونفسر ارتفاع نسبة الإناث بعدم اطلاعهن على آخر المستجدات المتعلقة بمجال الترويج والاكتفاء فقط بأداء عملهن.

ومنه نستنتج أن تكاليف الترويج "انخفضت" بشكل كبير بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.

الجدول رقم (26)-2- تقييم المبحوثين لتكاليف الاتصال والمعلومات بعد استخدام الانترنت.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
انخفضت	21	91.30%	00	00%	21	72.41%
ارتفعت	02	08.70%	06	100%	08	27.59%
المجموع	23	100%	06	100%	29	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول الذي يمثل تقييم المبحوثين لتكاليف الاتصال والمعلومات، أنها "انخفضت" بنسبة (72.41%)، وهذا ما تؤكدته نسبة (91.30%) للذكور، في حين أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن تكاليف الاتصال و المعلومات "ارتفعت" بنسبة قدرها (27.59%)، وهذا ما أكدته نسبة (100%) للإناث و (8.70%) للذكور.

ونفسر النسبة المرتفعة لانخفاض تكاليف الاتصال والمعلومات بعد استخدام الانترنت بأن تكاليف الربط بالانترنت منخفضة، إضافة إلى سهولة الحصول على المعلومات عن السوق والمنافسين والزبائن، والموردين... الخ فأى شخص يستطيع الولوج لموقع المؤسسة ويعرف أهم نشاطاتها ومشاريعها وزبائنها وأهم السلع والخدمات التي تقدمانها، كما يمكن لعمال المؤسسة الحصول على معلومات من عمال المؤسسات التي تتعاملان معها عبر شبكة الانترنت، عكس الطرق التقليدية التي كانت تكلف أموالاً كثيرة مقابل الحصول على المعلومات إجراء اتصالات مكلفة، وكذلك تكاليف وعناء التنقل، مما كان يضيع الكثير من الوقت والجهد.

أما ما يمكن تفسيره عن ارتفاع نسبة الذكور والتي قدرت بـ (91.30%) وانعدامها عند الإناث فهذا راجع إلى أن الوظائف المتعلقة بمجال الاتصال والمعلومات يتولاها الذكور فقط.

ونفسر نسبة المجيبين بأن تكاليف الاتصال والمعلومات "ارتفعت" رغم أنها نسبة ضئيلة إلا أن هناك بعض المعلومات والاتصالات التي لا تزال المؤسسات تدفعان تكاليفها رغم ما وفرته الانترنت.

ونفسر ارتفاع نسبة الإناث مقارنة بالذكور بأنهن ليس لديهن إطلاع على كل مجال الاتصال والمعلومات.

ومنه نستنتج أن تكاليف الاتصال والمعلومات انخفضت بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت بنسبة كبيرة.

الجدول رقم (26) - 3- تقييم المبحوثين لجودة الخدمات المقدمة للزبائن بعد استخدام الانترنت.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
انخفضت	04	14.82%	00	00%	04	11.43%
ارتفعت	23	85.18%	08	100%	31	88.57%
المجموع	27	100%	08	100%	35	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تقييم المبحوثين لجودة الخدمات المقدمة للزبائن بعد استخدام الانترنت أنها "ارتفعت" بعد استخدام الانترنت بنسبة قدرت بـ (88.57%)، وهي نسبة كبيرة مقارنة بنسبة المبحوثين الذين يعتقدون بأنها "انخفضت"، وهذا ما تؤكدته نسبة (100%) للإناث ونسبة (85.18%)، للذكور في حين عادت المرتبة الثانية للمبحوثين الذين يعتقدون بأن جودة الخدمات المقدمة للزبائن "انخفضت" بنسبة (11.43%)، وهذا ما أكدته نسبة (00%) للإناث ونسبة (14.82%) للذكور.

ونفسر ارتفاع نسبة إجابات المبحوثين بأن جودة الخدمات المقدمة للزبائن بعد استخدام الانترنت "ارتفعت"، بأن الانترنت قد فتحت باب للمؤسستين لتقديم خدمات ذات جودة عالية، مما كانت عليه قبل استخدامها، فالمؤسستان استغلتا الانترنت لتقديم المعلومات والتفاصيل الوافية عن كل ما يدور بالمؤسستين وخارجهما بالنسبة للمتعاملين الذين تتعامل معهم، مما سهل للزبائن وأعطى لهم فرص للمشاركة أكثر وبفعالية في أخذ ما يودون معرفته من معلومات ومعطيات، إضافة إلى أن أغلب الصفقات التي تعقد اليوم عبر شبكة الانترنت بين الزبائن المؤسسات وبأقل تكلفة، وهذا ما يساعدهم على استقطاب أكبر قدر ممكن من الزبائن الحاليين والمرتقبين.

كما أنه ومن خلال اللجوء إلى شبكة الانترنت سواء من قبل الزبائن أو العمال يتم الحصول على الإجابات بسرعة عن كل الاستفسارات التي تتعلق بكلا الطرفين دون عناء التنقل، وهذا ما قد يرهق ويعيق العمال والزبائن، وبالتالي فالانترنت تختصر الوقت والجهد للزبون وتوطد العلاقة بين المؤسسة والزبون، وهذا ما يجعل الطلب يزيد على خدمات المؤسسات، فكلما كانت نسبة استعمال الانترنت كبيرة كلما زادت نسبة إمكانية الاستفادة من تحسين جودة الخدمات المقدمة.

كما نفّسّر نسبة (100%) للإناث اللواتي يعتبرن أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن "ارتفعت" بعد استخدام الانترنت إلى كون أغلب الإناث في المؤسستين يشغلن وظائف تقديم الخدمات للزبائن. أما بالنسبة للمبحوثين الذين اعتبروا أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن "انخفضت"، فهي نسبة ضئيلة لا تؤثر بشكل أو بآخر ولا تنفي جودة الخدمات المقدمة للزبائن من طرف المؤسستين، وهذا ما أكسبها صبغة عالمية كأهم الموانئ في إفريقيا والعالم.

ومنه نستنتج أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن "ارتفعت" بشكل كبير جدا بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.

الجدول رقم 26 - 4- تقييم المبحوثين للمبيعات بعد استخدام الانترنت.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
انخفضت	01	%04.34	00	%00	01	%03.57
ارتفعت	22	%95.65	05	%100	27	%96.42
المجموع	23	%100	05	%100	28	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل تقييم المبحوثين للمبيعات بعد استخدام الانترنت، أن نسبة المبيعات "ارتفعت" وذلك بنسبة (96.42%)، وهذا ما أكدته نسبة (100%) للإناث ونسبة (95.65%) للذكور، في حين نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أن المبيعات "انخفضت" بعد

استخدام الانترنت قد قدرت نسبتهم بـ (03.57%) وهذا ما أكدته نسبة (04.34%) للذكور و(00%) للإناث.

ونفسر ارتفاع نسبة المبيعات إلى الاسم التجاري للمؤسستين والذي انعكس بصورة إيجابية على الخدمات التي تقدمانها، وهذا ما يجعل المؤسسات تحاولان استقطاب أكبر قدر ممكن من الزبائن لكسب ولائهم وتأييدهم، وهذا ما تسعى إليه المؤسسات من خلال تقديم مختلف العروض للزبائن خاصة عن طريق الشبكة، حيث نجد اليوم أن أغلب المؤسسات تلجأ إلى الانترنت لنشر إعلاناتها، وكذا مختلف المعلومات الأخرى المتعلقة بالمؤسسة ومنتجاتها وخدماتها وأي معلومات أخرى نظرا لما تتميز به الانترنت من تغطية دولية عالية الدقة لجميع المعلومات لتنشيط مبيعاتها وخدماتها.

كما يمكن أن نفسر ارتفاع نسبة المبيعات لسعي المؤسسات لاستمالة وتشجيع الزبائن لشراء سلعة أو خدمة معينة، وكذا حرص المؤسسات على التنوع في منتجاتها وخدماتها، وهذا ما لاحظناه خلال جولتنا الاستطلاعية بمؤسسة ميناء دبي حيث لاحظنا وجود عدد كبير من الحاويات المحملة بمختلف المنتجات وهذا ما يجعل الطلب على المنتجات كبير، مما يبين رضا الزبائن على خدمات المؤسستين.

كما يمكن أن نفسر ارتفاع نسبة المبيعات بطريقة العمل داخل المؤسسات التي تستهدف الزبائن فالمؤسستين تحرصان على تقديم خدمات بتقنيات عالية الدقة وباستراتيجيات مخطط لها لاستمالة الزبائن، سواء عن طريق إثارة انتباه الزبائن نحو التخفيضات التي يمكن تقديمها عن المنتجات أو الخدمات أو تحفيز العملاء أو الشركاء أو الزبائن على إعادة الشراء مقابل عروض من المؤسستين وتنفيذ كافة العهود التي التزمت بها المؤسسات مع الزبائن، ومن هنا يتبين لنا قدرة المؤسسات على مواجهة التحديات المقبلة التي ستواجهها .

الجدول رقم (26) - 5- تقييم المبحوثين لدرجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق بعد استخدام الانترنت.

%	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	التكرار	%	التكرار	
%05.41	02	%00	00	%07.41	02	انخفضت
%94.59	35	%100	10	%92.59	25	ارتفعت
%100	37	%100	10	%100	27	المجموع

تحليل وتفسير الجدول:

ونفسر ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يعتقدون بأن الانترنت سهلت تداول المعلومات والتنسيق
بكون الانترنت فضاء إلكتروني سهل للعمال إنجاز مهامهم فبواسطتها أصبحت المؤسسات توفّر
خدمات للزبائن والمستخدمين بيسر ودون مشقة، فبمجرد الولوج إلى موقع المؤسسة والبحث

والاستفسار وتقديم طلب الخدمة يكون الرد فوري، وبهذا يتم اختصار الوقت والجهد، خاصة وأن المؤسسات تكتسبان صبغة عالمية .

كما تساهم الانترنت في عملية التنسيق داخل المؤسسات، وهذا ما بينه الجدول رقم (08) فعلى عكس ما كان عليه الاتصال قديماً بجميع أشكاله بين أقسام المؤسسات حيث يتم انتقال المعلومات من أسفل إلى أعلى، ومن أعلى إلى أسفل أو باتجاه أفقي بين نفس أقسام المؤسسة، وهذا ما يعيق وصول المعلومات لجميع الأطراف في العمل، وهنا تكون صعوبة في التنسيق واتخاذ القرارات. لكن وبظهور الانترنت سهلت المهام وتحسنت الخدمات بالنسبة للعاملين داخل المؤسسات، فقد ساعدت الانترنت في تنظيم العمل داخل المؤسسات اليوم، وقللت من مشاكل الوقوع في الأخطاء نظراً للدقة العالية التي تتمتع بها.

وبهذا استطاعت المؤسسات القضاء على مشكل التزوير بشكل نسبي، وهذا ما وفر شفافية في العمل عكس طرق الاتصال التقليدية، فباستعمال الانترنت أصبح عمال المؤسسات يتبادلون المعلومات فيما بينهم بشكل منظم، إذ أصبح العمل الجماعي، والمعلومات يتم تبادلها بين مختلف الأطراف بشكل سريع.

كما نفسر تقارب النسب بين الجنسين فيما يخص درجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق. بحرض كليهما على استخدام هذه التقنية في العمل، ومواكبة تطورات العصر خاصة وأن المؤسسات تكتسبان صبغة عالمية.

ومنه نستنتج أن درجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق "ارتفعت" بشكل كبير جداً بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.

الجدول رقم (27): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهم الخدمات التي استفادت منها المؤسسات عند استخدامها للانترنت.

المتغير	الذكور	الإناث	المجموع	%
المتغير	الذكور	الإناث	المجموع	%
خدمة البريد الإلكتروني	26	15	41	68.33%
التسويق الإلكتروني	15	04	19	31.67%
أخرى تذكر	00	00	00	00%
المجموع	41	19	60	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهم الخدمات التي استفادت منها المؤسسات عند استخدامها للانترنت، أن أهم الخدمات التي استفادت منها المؤسسات عند استخدامها للانترنت تمثلت بدرجة كبيرة في خدمة البريد الإلكتروني بنسبة قدرت بـ (68.33%) وهذا ما أكدته نسبة (78.94%) للإناث ونسبة (63.42%) للذكور، لتليها نسبة العمال الذين يعتقدون بأن أهم الخدمات التي استفادت منها المؤسسات عند استخدامها للانترنت هو التسويق الإلكتروني وذلك بنسبة (31.67%)، وهذا ما أكدته نسبة (36.58%) للذكور ونسبة (21.06%) للإناث.

ونفسر ارتفاع نسبة استخدام العمال للبريد الالكتروني، إلى الأهمية البالغة له ومدى وعي المؤسسات بالدخول في العالم الالكتروني ومواكبة تطورات العصر، حيث يتم من خلاله تبادل وإرسال الرسائل المختلفة بين عدد من مستخدمي البريد الالكتروني سواء من طرف عمال المؤسسات أو مؤسسات أخرى، وهذا ما يساعد على توفير الوقت والجهد على المستخدم.

كما نفسر سبب إقبال عدد معتبر من المبحوثين على خدمة البريد الالكتروني إلى سهولة استخدامه، فهو بديل عصري عن الرسائل البريدية الورقية وأجهزة الفاكس التي تعيق إنجاز العمل فالبريد الالكتروني سهل إنجاز العمل بسرعة عالية، فيمكن من خلاله إرسال رسالة إلى أي مكان في العالم خلال لحظات وبتكلفة منخفضة، ويتم عن طريقه تحميل ملفات، وهذا ما يسهل على عمال المؤسسات التواصل مع العملاء والزبائن وتقديم خدمات لهم بأسرع وقت ممكن وذلك بمقر إقامتهم. ومن هنا يتبين لنا مدى حرص عمال المؤسسات على استغلال خدمات البريد الالكتروني وما يوفره، وذلك من أجل محاولة بلوغ أهدافهما المرسومة.

ونفسر إجابة المبحوثين الذين يعتقدون بأن أهم الخدمات التي استفادت منها المؤسسات عند استخدامها للانترنت هي خدمة التسويق الالكتروني بأن هؤلاء العمال يعتقدون أنه وسيلة مهمة في العمل خاصة وأنه يتمتع بمجموعة من المزايا أهمها الوصول إلى العملاء في مناطق جغرافية بعيدة وبأقل تكلفة، وأيضا عملية البيع فيه مستمرة 24/24 ساعة، كما يتيح عرض المنتجات والخدمات مع مختلف المؤسسات في جميع أنحاء العالم ودون انقطاع، إن هذه المزايا تؤكد وعي الموظفين بالمؤسسات على حسن استغلال الانترنت في العمل.

كما يمكن تفسير إجابات هؤلاء المبحوثين بهذه الخدمة (التسويق الإلكتروني) إلى أن هناك عمال يشغلون وظائف متعلقة بالتسويق أو أن لهم معلومات مسبقة في مجال التسويق نظرا لتخصصاتهم الجامعية التي كانت في هذا المجال، وهذا ما ساعدهم في الإجابة على سؤال الاستبيان.

ومن هنا نستنتج أن مؤسستي ميناء جن جن وديي استفادت من خدمة البريد الالكتروني والتسويق الالكتروني عند استخدامهما للانترنت.

الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام المؤسسات للانترنت في عملية الترويج.

المتغير	الذكور	النساء	المجموع	%
	المتغير	الذكور	النساء	المجموع
دائما	42	46.16%	19	45.24%
أحيانا	14	53.84%	23	54.76%
أبدا	00	00%	00	00%
المجموع	26	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام المؤسسات للانترنت في عملية الترويج، أن نسبة العمال الذين يستخدمون الانترنت في عملية الترويج "أحيانا" قد قدرت بـ (54.76%) وهي أعلى نسبة، وهذا ما أكدته نسبة (56.25%) للإناث ونسبة (53.84%) للذكور كما نلاحظ من الجدول أن نسبة العمال الذين يستخدمون الانترنت "دائما" في عملية الترويج قد قدرت نسبتهم بـ (45.24%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور المقدرة بـ (46.16%)، ونسبة الإناث التي قدرت بـ (43.75%).

ونفسر إجابات المبحوثين الذين يستخدمون الانترنت في عملية الترويج "أحيانا" بطبيعة العمل داخل المؤسساتين، فكلاهما تقدم خدمات بالدرجة الأولى كما أن أغلب وظائف هؤلاء العمال لا تمس جانب الترويج، وإنما تمس عمليات أخرى، كالاتصال بالزبائن وتقديم الخدمات لهم، وعقد صفقات... الخ، في حين نفسر إجابة المبحوثين الذين أجابوا بأنهم يستخدمون الانترنت "دائما" في عملية الترويج لكون هؤلاء العمال يشتغلون وظائف تتعلق بجانب الترويج، ومدركين لأهميته عبر شبكة الانترنت، خاصة وأن هذه العملية تسمح بترسيخ صورة المؤسسة لدى زبائها، كما أنهم يعتبرون الترويج وسيلة هامة لكسب المستهلكين.

وعليه نستنتج أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تستخدمان الانترنت في عملية الترويج "أحيانا".

الجدول رقم (29): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأثر الذي أحدثته استخدام الانترنت على أداء العمال.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
سهولة تداول المعلومات والتنسيق	25	25%	14	46.67%	39	30%
تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة	20	20%	05	16.67%	25	19.24%
تطوير قدرات الأفراد وتعزيزها	17	17%	03	10%	20	15.38%
تحسين جودة الخدمات المقدمة	20	20%	06	20%	26	20%
تخفيض التكلفة والرفع من تنافسية المؤسسة	18	18%	02	6.66%	20	15.38%
المجموع	100	100%	30	100%	130	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن الأثر الذي أحدثته استخدام الانترنت على أداء العمال تمثل في سهولة تداول المعلومات والتنسيق، وذلك بنسبة قدرت بـ (30%)، وهذا ما تؤكدته نسبة الإناث التي قدرت بـ (46.67%) ونسبة الذكور (25%)، فيما عادت المرتبة الثانية للعمال الذين يعتقدون بأن الانترنت أحدثت أثراً على تحسين جودة الخدمات المقدمة، وذلك بنسبة (20%)، وهذا ما أكدته بنسبة (20%) لكلا الجنسين، فيما عادت المرتبة الثالثة لأفراد العينة الذين يعتقدون بأن تحسين الصورة

الذهنية للمؤسستين أثر على أدائهم وذلك بنسبة (19.24%)، وهذا ما تؤكدته نسبة (20%) للذكور و(16.67%) للإناث، كما نلاحظ من خلال الجدول تساوي نسبة العمال الذين يعتبرون أن الانترنت ساهم في تطوير قدراتهم، وكذا تخفيض التكلفة والرفع من تنافسية المؤسسة، وذلك بنسبة قدرت بـ(15.38%).

ونفسر ارتفاع نسبة المبحوثين الذين اعتبروا أن أهم أثر أحدثته الانترنت على أدائهم هو سهولة تداول المعلومات والتنسيق بمدى مواكبة عمال المؤسسات للتطورات التكنولوجية، وكذا حرص إدارة المؤسسات وتشجيعهما للعمال على استخدام الانترنت في العمل، وهذا ما تؤكدته نسبة إجابة المبحوثين في الجدول رقم (15).

فظهر الانترنت ساهم في إلغاء الحدود الجغرافية التي كانت عائقا أمام المؤسسات قديما وبظهوره أصبحت تسهل عملية تبادل المعلومات بكل صدق وبدقة عالية بين مختلف أقسامها، وحتى عملية التبادل بين الشركات الأجانب وهذا ما أحدث تنسيق في العمل، فقد أصبح في ظل هذا المحيط المعلوماتي عبارة عن كائن حي لا يستطيع عضو أن يتخلى على الآخر، والمعلومات تتبادل بين جميع الأطراف بشكل متناسق، وهذا ما أكدت عليه النظرية الوظيفية التي "تعتبر الوجود الاجتماعي واستمراره وظيفيا، وقد ارتبط تصور المجتمع كوحدة كلية بمفهوم النسق الاجتماعي الذي يتضمن معناه في هذه الحالة، تشكل الوحدة النسقية من أجزاء مترابطة متساندة، يقوم كل جزء منها بوظيفة أو أكثر، تلي حاجات النسق و الأعضاء فيه ". (عثمان، مرجع سابق، ص، 41)، وهذا ما يجعل العمال يقومون بعملهم بأريحية، وعلى أكمل وجه وبثقة عالية.

كما نفسر إجابات المبحوثين الذين يعتقدون بأن لاستخدام الانترنت أثر على أدائهم من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة بحرص العمال داخل المؤسسات على تلبية رغبات الزبائن من أجل إرضائهم وإشباع رغباتهم، وهذا ما يجعل الزبائن أوفياء لكل ما تقدمه المؤسسة، حيث يجعلهم يقتنون كل ما تقدمانه بصفة دائمة، مما يشجعهما على تحسين جودة خدماتهما من جراء الفوائد التي

تحصلان عليها، والتي تنعكس على العمال من خلال الرفع رواتبهم، وتقديم امتيازات لهم وهذا ما يجعلهم على أكمل وجه.

ونفسر الأثر الذي أحدثته الانترنت على الصورة الذهنية للمؤسستين بحرصهما على تطوير خدماتهما ومنتجاتهما في عصر التقنية من خلال تحسين جودة الخدمات والقيام باستراتيجيات هامة ووضع خطط لتسيير العمل داخل المؤسسات، وهذا ما يحسن صورتهم لدى الزبون أو الشريك في العمل، خاصة وأن المؤسسات اليوم تتمتع بروح التنافسية العالمية في ظل هذا المحيط المتسم بكثرة التغيرات والتطورات، فالمؤسسات تسعى للبقاء في الواجهة أمام المنافسة في الأسواق العالمية، وبالتالي فالانترنت ساهمت في تطوير قدرات الأفراد بالمؤسستين، وهذا ما جعلهما تحاولان الحفاظ على مكانتهما وتعزيزها.

وعليه فإن الأثر الذي أحدثته استخدام الانترنت على أداء عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي تمثل في سهولة تداول المعلومات والتنسيق وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

الجدول رقم (30): يمثل توزيع أفراد العينة حول الأثر الإيجابي للانترنت على مردودية العمل داخل المؤسسات .

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
نعم	25	%100	16	%94.11	41	%97.61
لا	00	%00	01	%05.89	01	%02.39
المجموع	25	%100	17	%100	42	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حول الأثر الإيجابي للانترنت على مردودية العمل داخل المؤسسات، أن أفراد العينة الذين يعتقدون أن للانترنت أثر إيجابي على مردودية العمل داخل المؤسسات قد قدرت بـ (97.61 %)، وهذا ما تؤكدته نسبة (100) للذكور ونسبة (94.11 %) للإناث، في حين نلاحظ أن الأفراد الذين يعتقدون بأن الانترنت ليس لها أثر إيجابي على مردودية العمل داخل المؤسسات قد قدرت نسبتهم بـ (02.39 %)، وهذا ما أكدته نسبة (05.89 %) للإناث.

ونفسر ارتفاع نسبة العمال الذين يعتقدون بأن للانترنت أثر إيجابي على مردودية العمل داخل المؤسسات بالأهمية البالغة لشبكة الانترنت، والتي تتميز بجملة من الخصائص والمميزات المتعلقة بالسير الحسن للعمل .

كما نفسر ارتفاع هذه النسبة بمدى حرص المؤسسات على توظيف مثل هذه التكنولوجيات في العمل، فالانترنت تسهل الحصول على المعلومات وتداولها بين الشركاء أو الزبائن والعمال داخل المؤسسات، فهي توفر الوقت للتنقل بين العمل ومقر المؤسسات، وكذلك توفر الجهد، خاصة وأنها في عصر السرعة مما دفع بهما لاستخدام الانترنت في العمل، وبالتالي فلانترنت أثر إيجابي على مردودية العمل داخل المؤسسات وذلك من خلال تخفيض تكلفة إنجاز المهام والبحث عن المعلومات، وكذا توفير تكاليف الاتصال، كما أن استخدام الانترنت يجعل المؤسسة متميزة عن غيرها في مجال العمل أي أن المؤسسات ستستفيدان من شبكة الانترنت إذا أحسنتا استغلالها، فقد جعلت العمال يقومون بعملهم دون مشقة ويسر، وهذا ما دفعهم للتفاني في العمل، كما أن المردودية التي تتلقاها المؤسسات تنعكس على عمالها، وهذا ما يجعل العمال يشعرون بالفخر والاعتزاز بالوظائف التي يؤدونها.

ونفسر النسبة القليلة التي ترى بأنه ليس للانترنت أثر على مردودية العمل داخل المؤسستين بكون هؤلاء العمال يشغلون وظائف خارج الإدارة، ولكن هذه النسبة القليلة لا تؤثر مقارنة بنسبة الجيبين بـ "نعم" والمقدرة بـ (97.61%).

ومنه نستنتج أن للانترنت أثر إيجابي بدرجة كبيرة جدا على مردودية العمل داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي .

الجدول رقم (31): يوضح درجة موافقة المبحوثين على أن غياب الانترنت يؤدي إلى ضعف الأداء المهني للعمال.

المتغير	الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
		التركرار	%	التركرار	%		
نعم		20	80%	07	41.18%	27	64.28%
لا		05	20%	10	58.82%	15	35.72%
المجموع		25	100%	17	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن (64.28%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يعتقدون أن غياب الانترنت يؤدي إلى ضعف أدائهم المهني، وهذا ما أكدته نسبة (80%) للذكور ونسبة (41.18%) للإناث، في حين نلاحظ بأن العمال الذين يعتقدون أن غياب الانترنت لا يؤدي إلى ضعف أدائهم المهني قد قدرت نسبتهم بـ (35.72%) وهذا ما أكدته نسبة (58.82%) للإناث ونسبة (20%) للذكور.

ونفسر ارتفاع نسبة العمال الذين يعتقدون بأن غياب الانترنت يؤدي إلى ضعف أدائهم المهني لطبيعة العمل داخل المؤسسات الذي يقتضي وجود شبكة الانترنت، خاصة وأنها مؤسستان عالميتان وتستخدمانها في معاملتهما التجارية والمالية، والاتصال بالعملاء على المستوى العالمي، وعرض خدماتهما والقدرة على البحث عن المعلومات وتبادلها مع الشركاء على المستوى العالمي، وتمكن العمال من الحصول على ردود المستهلكين بسرعة ومن جميع أنحاء العالم، كما أنها تساعدهم في تبادل الخبرات... الخ، في وقت وجيز ودون إعطاء أي اعتبار للحدود الجغرافية، ما قد يعيق عملهم في غيابها، ويعطلهم عن إنجاز المهام، وهذا ما لاحظناه خلال جولتنا الاستطلاعية واحتكاكنا ببعض عمال المؤسسات، والذين يعتقدون بأن غياب الانترنت يؤدي إلى ضعف أدائهم المهني عند انقطاعها، أو عندما تكون الشبكة ضعيفة، خاصة وأن أغلب أعمالهم تتم عبر الشبكة وبنسبة كبيرة وهذا ما وضعه الجدول رقم (09) والذي لاحظنا من خلالها أن أغلب عمال المؤسسات يستخدمون الانترنت "دائماً" في العمل.

كما نفسر نسبة العمال الذين يعتبرون أن غياب الانترنت لا يعيقهم في أدائهم المهني، إلى أن هؤلاء العمال لا يستخدمونها بدرجة كبيرة في العمل، خاصة وأن هناك بعض الوظائف في الإدارة لا تتطلب وجود شبكة الانترنت، وبالتالي فغياب الانترنت لا يحدث لهم أي تأثير على أدائهم المهني .

ومنه نستنتج أن غياب الانترنت بمؤسستي ميناء جن جن ودبي يؤدي إلى ضعف الأداء المهني للعمال بنسبة كبيرة.

الجدول رقم (32): يوضح درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت فتحت بابا للحوار والنقاش مع عمال المؤسسات.

المتغير	الذكور	النساء	المجموع	%
	المتغير	الذكور	النساء	المجموع
نعم	22	84.61%	08	50%
لا	04	15.39%	08	50%
المجموع	26	100%	16	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت فتحت بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال المؤسسات، أن (71.42%) من العمال يعتقدون بأن الانترنت فتحت بابا للحوار والنقاش مع عمال المؤسسات وهذا ما تؤكدته نسبة (84.61%) للذكور ونسبة (50%) للإناث، في حين نلاحظ أن العمال الذين يعتقدون بأن الانترنت لم تفتح لهم بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال المؤسسات قد قدرت نسبتهم بـ (28.58%)، وهذا ما أكدته نسبة (50%) للإناث و(15.39%) للذكور.

ونفسر ارتفاع درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت فتحت باب للحوار والنقاش مع مختلف عمال المؤسسات بمدى مساهمة الانترنت في تحسين جو العمل داخل المؤسسات، فالانترنت أتاحت الفرصة لتخطي الصعاب التي كانت موجودة قديما نظرا للشفافية التي أصبحت تتميز بها المؤسسات

اليوم بفضل شبكة الانترنت، فقد فتحت المجال أمام العمال لإبداء آرائهم، واستفساراتهم ومشاركتهم في اتخاذ القرارات فيما بينهم إلكترونيا عن طريق تبادل الرسائل، وهذا ما أكدته الجدول (34). وبالتالي فالانترنت ساهمت وبشكل كبير في مشاركة العمال في العمل وبفعالية عالية فيما بينهم، وكذا المسؤولين، خاصة وأن طبيعة العمل ومتطلباته تستلزم الحوار والنقاش، وهذا ما يبين لنا حرص إدارتي المؤسسات على العمل الجماعي داخلهما، فقد أصبحت المؤسسات اليوم وخاصة المؤسسات التي تستخدم الانترنت في عملها يسودها جو من الصدق، والثقة، والمشاركة المتبادلة التي تضفي فعالية على أداء العمال بالمؤسستين .

أما بالنسبة لنسبة المجيبين بـ "لا" فهؤلاء المبحوثين أنفسهم الذين يستخدمون الانترنت "أحيانا" في عملهم، كما وضعه الجدول (09) وما يوضحه الجدول (10) لمستخدمي الانترنت أقل من 1 سا.

وعليه فإننا نستنتج أن الانترنت فتحت بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بدرجة كبيرة.

الجدول رقم (33): يوضح درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت تساعد في عملية اتصال المؤسسات بالعمال خارج أوقات العمل.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التركرار	%	التركرار	%		
نعم	23	85.14%	11	73.34%	34	80.95%
لا	04	14.82%	04	26.66%	08	19.05%
المجموع	27	100%	15	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت تساعد في عملية اتصال المؤسسات بالعمال خارج أوقات العمل، أن (80.95%) من العمال يعتقدون بأن الانترنت تساعد المؤسسات في عملية الاتصال بالعمال خارج أوقات العمل، وهذا أكدته نسبة (85.18%) للذكور ونسبة (73.34%) للإناث، كما نلاحظ أن العمال الذين يعتقدون بأن الانترنت لا تساعد المؤسسات في عملية الاتصال مع العمال خارج أوقات العمل قد قدرت نسبتهم بـ(19.05%) وهذا ما تؤكدته نسبة (26.66%)، ونسبة (14.82%) للذكور.

ونفسر إجابات المبحوثين الذين يعتقدون بأن الانترنت تساعد المؤسسات في عملية الاتصال بالعمال خارج أوقات العمل بمدى حرص المؤسسات على القيام بأعمالهما، خاصة وأن سوق العمل لا تعترف بالمسافة والزمن، وبحكم أن المؤسسات عالميتان فاستعمال الانترنت يسهل عليهما العمل خاصة أثناء حدوث أمور طارئة في العمل، حيث أصبح بإمكان المؤسسات اليوم الاتصال بالعمال خارج أوقات العمل وإرسال رسائل لهم والاتصال بهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك أو السكايب أو الفايبر... الخ، حيث يقوم العامل بعمله عن بعد ومن منزله أو مكان تواجدته أيضا دون الاضطرار للعودة إلى مكان العمل، حيث يرسل ملفاته أو يجيب عن الاستفسارات، أو يعقد اجتماعات عن بعد، وهذا من مزايا الانترنت .

كما نفسر نسبة الإجابات التي ترى أن الانترنت لم تساعد المؤسسات في عملية الاتصال بالعمال خارج أوقات العمل إلى كون هذه الفئة لا تستخدم الانترنت دائما في العمل، أو كون وظائف هؤلاء العمال لا تتطلب وجود شبكة الانترنت وبالتالي كانت إجاباتهم بـ"لا"، إضافة لاعتقاد العمال أن هناك بدائل عن الانترنت للتواصل كالهاتف النقال... الخ .

ومن هنا نستنتج أن الانترنت ساعدت مؤسستي ميناء جن جن ودبي في الاتصال بالعمال خارج أوقات العمل، وهذا بنسبة كبيرة جدا.

الجدول رقم (34): يوضح درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت مكنتهم من المشاركة في العمل و اتخاذ القرارات.

المتغير	الذكور	الذكور	الذكور	الذكور	الذكور	الذكور
الفئات	المتغير	الذكور	الذكور	الذكور	الذكور	الذكور
نعم	23	92%	10	58.82%	33	78.57%
لا	02	08%	07	41.18%	09	21.43%
المجموع	25	100%	17	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (34) الذي يمثل درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت مكنتهم من المشاركة في العمل واتخاذ القرارات، أن أغلب المبحوثين يعتقدون بأن الانترنت مكنتهم من المشاركة في اتخاذ القرارات وذلك بنسبة (78.57%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور بـ (92%) ونسبة الإناث بـ (58.82%)، في حين نلاحظ أن نسبة (21.43%) يعتقدون أن الانترنت لم تمكنهم من المشاركة في العمل واتخاذ القرارات، وهذا ما أكدته نسبة (41.18%) للإناث و(08%) للذكور.

ونفسر النسبة الكبيرة للمجيبين "بنعم" بأن الانترنت مكنت عمال المؤسسات من المشاركة بفعالية في اتخاذ القرارات التي تتعلق بمصالح ونشاطات المؤسسات داخليا وخارجيا مع المؤسسات التي تتعاملان معها، فقد فتحت الانترنت بابا للنقاش والمشاركة وإبداء الرأي والتفاعل والاقتراحات، مما

يؤكد أن المؤسسات توليان اهتماما بالغاً بالعمال واحترام آرائهم واللجوء إليهم في القرارات التي تتعلق بمصالحهما.

ونفسر ارتفاع نسبة الذكور المحييين "بنعم" إلى كون أغلب عمال المؤسسات ذكور كما يوضحه الجدول رقم (02)، وكذلك نجد أن الذكور أكثر جرأة ومبادرة في إبداء الآراء وابتكار الطرق الجديدة للعمل وحب الاطلاع وتكوين علاقات مع مختلف الجهات التي يتعاملون معها، مما يكسبهم خبرة تجعلهم يثبتون بها أنفسهم.

ونفسر نسبة المحييين "بلا" إلى أن هناك عمال لا يشاركون في اتخاذ القرارات داخل المؤسسات وإبداء الرأي بل يكتفون بأداء المهام الموكلة إليهم فقط، كما نفسر نسبة الإناث المحييات "بلا" إلى كونهن يملن إلى إنجاز الأعمال المفروضة عليهن، ولا نجدهن مبادرات بشكل كبير إلى التدخل بمثل هذه القرارات لأنهن أقل جرأة من الرجال، لكن هذا لا يمنع البعض منهن من المشاركة والتفاعل.

ومنه نستنتج أن الانترنت مكنت عمال مؤسستي ميناء جن جن وديي من المشاركة في العمل واتخاذ القرارات.

الجدول رقم (35): يوضح درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت ساهمت في تسهيل عملية التواصل بين مختلف أقسام الإدارة.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التركرار	%	التركرار	%		
كثيرا	22	84.62%	05	31.25%	27	64.29%
قليلا	03	11.54%	08	50%	11	31.25%
أبدا	01	03.84%	03	18.75%	04	09.52%
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت ساهمت في تسهيل عملية التواصل بين مختلف أقسام الإدارة، أن (64.29 %) من المبحوثين يعتقدون بأن الانترنت ساهمت في تسهيل عملية التواصل بين مختلف أقسام الإدارة بشكل "كبير"، وهذا ما تؤكدته نسبة الذكور المقدرة بـ (84.62%) ونسبة الإناث بـ (31.25%) لتليها نسبة المجيبين بـ "قليلا" والمقدرة بـ (26.19%)، وهذا ما أكدته نسبة (50%) للإناث و (11.54%) للذكور.

يمكن تفسير نسبة المبحوثين الذين أجابوا على أن الانترنت ساهمت "كثيرا" في تسهيل عملية تواصلهم مع مختلف أقسام الإدارة، حيث سهلت على العمال التنقل بين أقسام الإدارة واختصرت عليهم الوقت والجهد.

سواء تعلق الأمر برؤساء الأقسام أو العمال الآخرين، فالانترنت سمحت لهم بتبادل المعلومات فيما بينهم، فيكفي أن يتلقى العامل رسالة عبر البريد الإلكتروني أو عبر حسابه على الفايسبوك أو أي تطبيق توفره الانترنت، إضافة إلى أن الانترنت سهلت عملية الاتصال الإداري سواء كان صاعدا أو نازلا من المديرين إلى العمال عند توزيع المهام، أو من العمال إلى الرؤساء في شكل شكاوي واقتراحات يقدمها العمال.

ويمكن تفسير النسبة المرتفعة للذكور إلى أنهم أكثر اهتماما بالاتصال والتواصل مع مختلف أقسام الإدارة، إضافة إلى أنهم أكثر حرصا على توظيف الانترنت في العمل والبحث عن أحدث الطرق والتقنيات الحديثة لتسهيل العمل ومواكبة أحدث التطورات، كما نفسر نسبة المجيبين بـ "قليلا" إلى أن هؤلاء لا يزالون يستخدمون الطرق التقليدية للاتصال بمختلف أقسام الإدارة.

ونستنتج من خلال ما سبق ذكره أن الانترنت ساهمت بشكل كبير في تسهيل عملية تواصل العمال مع مختلف أقسام الإدارة.

الجدول رقم (36): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الانترنت في توسيع نشاطات المؤسسات.

المتغير	الذكور	إناث	المجموع	%
	المتغير	الذكور	إناث	المجموع
المتغير	الذكور	إناث	المجموع	المتغير
الوطني	16	34.04%	22	33.85%
العربي	10	21.27%	10	15.38%
العالمي	21	44.69%	33	50.77%
المجموع	47	100%	65	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الانترنت في توسيع نشاطات المؤسسات، أن نسبة المجيبين بأن الانترنت ساهمت في توسيع نشاطات المؤسسات على المستوى العالمي قدرت بـ (50.77%)، وهذا ما تؤكدته نسبة الإناث والمقدرة بـ (66.66%) والذكور بـ (44.69%)، أما نسبة المجيبين بأنها ساهمت في توسيع نشاطات المؤسسات على المستوى الوطني فقد قدرت بـ (33.85%)، وهذا ما تؤكدته نسبة (34.04%) للذكور ونسبة (33.34%) للإناث، لتليها نسبة (15.38%) من العمال الذين يعتقدون أن الانترنت ساهمت في توسيع نشاطات المؤسسات على المستوى العالمي، وهذا ما أكدته نسبة (21.27%) للذكور.

ونفسر النسبة المرتفعة لإجابات المبحوثين بأن استخدام الانترنت في مؤسستي ميناء جن جن ودبي أدى إلى توسيع نشاطاتهما على المستوى العالمي، هذا راجع إلى أن الانترنت أعطت لنشاطاتهما دفعا قويا فيما يتعلق بالتعريف بالمؤسستين وأهم خدماتهما، والزبائن والشركاء، وكذا أهم المؤسسات التي تتعاملان معها، فبحكم الموقع الاستراتيجي الذي يتربع عليه الميناءين لأنهما يقعان على المحور الرابط بين قناة السويس وجبل طارق، مما جعلهما محط أنظار العديد من الدول والمؤسسات التي تريد التعامل معهما، لذلك كان لزاما عليهما توظيف الانترنت كتقنية لاستقطاب أكبر قدر ممكن من المتعاملين لنقل الحاويات، فالانترنت سهلت الاتصالات والمعاملات وتقديم المستندات الحاصلة في الأسواق العالمية.

كما نفسر نسبة مساهمة الانترنت في توسيع نشاطات المؤسسات على المستوى الوطني بكون الميناءين يتبادلان السلع والخدمات مع باقي الموانئ الوطنية.

وعليه نستنتج أن الانترنت ساهمت وبشكل كبير في توسيع نشاطات مؤسستي ميناء جن جن ودبي خاصة على المستوى العالمي.

الجدول رقم (37): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى تعامل المؤسسات مع مؤسسات أخرى.

المتغير	الذكور	الذكور	إناث		المجموع	%
			التركرار	%		
الوطني	26	100%	14	87.05%	40	95.23%
العربي	00	00%	02	12.05%	02	04.77%
المجموع	26	100%	16	100%	42	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة العمال المجيبين "بنعم" بأن المؤسسات تتعاملان مع مؤسسات أخرى مثلت أكبر نسبة والتي قدرت بـ (95.23%)، وهذا ما تؤكدته نسبة الذكور والتي قدرت بـ (100%) والإناث بـ (87.05%)، أما نسبة المجيبين بـ "لا" فقد مثلت نسبة (04.77%) وهذا ما أكدته نسبة (12.05%) للإناث.

وعليه فإننا نفسر النسبة المرتفعة للمجيبين "بنعم" بأن المؤسسات تتعاملان مع مؤسسات أخرى بكون طبيعة نشاط الميناءين تفرض عليهما التعامل مع مختلف المؤسسات لأنه ينحصر في الاستيراد والتصدير، وهذا ما يجعلهما في سعي دائم لاستقطاب أكبر قدر ممكن من المتعاملين، والشركاء والزبائن خاصة الأجانب منهم فتعاملهما مع المؤسسات الأخرى يسمح لهما بتبادل الخبرات والمعلومات والتعامل بأحدث الطرق التي تعتمد عليها المؤسسات العالمية الرائدة في المجال الاقتصادي فالميناءين يتعاملان مع هذه المؤسسات بهدف استيراد السلع وتصديرها ونقلها بين مختلف موانئ

العالم مما يساعدهما في البروز أكثر، وهذا من أبرز أهدافهما حالياً، خاصة ميناء دبي الذي تجري فيه حالياً أشغال توسيع وهو مشروع مكلفة به شركة صينية من أجل العمل للوصول إلى عمق معين للميناء يتناسب وإرساء أكبر البواخر العالمية المحملة بكم هائل من الحاويات التي تضم بداخلها أنواع متعددة من السلع لمختلف المنتجات أهمها وأبرزها، المواد الغذائية والألبسة، والتي تصل من مختلف دول العالم، إضافة إلى تحميلها بمنتجات وطنية يتم تصديرها إلى الخارج.

ونفسر النسبة القليلة للمجيين "بلا" بأنها نسبة تؤكد أن المؤسساتان بالفعل تتعاملان مع مؤسسات أخرى وأن استخدامهما للانترنت وسع نشاطاتهما وتعاملاتهما بشكل واسع جداً، مما أكسب الميناءين صبغة عالمية وهذا ما يؤكد الجدول رقم (36).

نستنتج أن مينائي جن جن و دبي يتعاملان مع مؤسسات أخرى وبشكل كبير جداً.

الجدول رقم (38): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع المؤسساتين للتعامل مع مؤسسات أخرى.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
للاستيراد	22	18.34%	12	30%	34	21.27%
للتصدير	20	16.66%	11	27.05%	31	19.37%
التمويل المالي	16	13.34%	00	00%	16	10%
تبادل الخبرات	20	16.66%	04	10%	24	15%
توسيع النشاطات	22	18.34%	05	12.05%	27	16.87%
تبادل المعلومات	20	16.66%	07	17.05%	27	16.87%
أخرى تذكر	00	00%	01	02.05%	01	00.62%
المجموع	120	100%	40	100%	160	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من الجدول أن السبب الرئيسي الذي يدفع مينائي جن جن ودبي للتعامل مع مؤسسات أخرى يعود بالدرجة الأولى للاستيراد والذي مثلت نسبته (21.27%)، وهذا ما أكدته نسبة الإناث والمقدرة بـ (30%)، والذكور بـ (14.34%)، لتليها نسبة التصدير والتي قدرت بـ (19.37%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور والمقدرة بـ (27.05%) والإناث بـ (16.66%) لتليها نسبة توسيع النشاطات بـ (16.87%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور والمقدرة بـ (18.34%) والإناث (12.05%).

من الواضح جدا من خلال الجدول أعلاه أن أهم سبب يدفع الميناءين للتعامل مع مؤسسات أخرى هو الاستيراد أكثر من أي سبب آخر، وهذا يرجع إلى كون بلدنا الجزائر من البلدان التي لا زالت تعتمد في استهلاكها واستعمالها على السلع المستوردة من دول أجنبية كتركيا والصين وفرنسا... الخ، لهذا نجد الميناءين يستقبلان السلع أكثر من إرسالها وتصديرها.

كما يمكن تفسير نسبة التصدير بتوسيع نشاطات الميناءين وعدم حصرها في نشاط واحد وتعامل واحد أيضا، إضافة إلى تفسير آخر لتقارب النسب بين الاستيراد والتصدير، وهذا يرجع إلى أنه ورغم اعتماد الاقتصاد الجزائري على الاستيراد أكثر إلا أن هناك محاولات ناجحة لتصدير بعض المنتجات الوطنية إلى دول أخرى، ومن خلال هذه النسب يتضح أن أغلب الأسباب التي تدفع المؤسسات للتعامل مع مؤسسات أخرى لتنفيذ عمليتي الاستيراد والتصدير.

ولا يمكن إغفال نسب أخرى مثل تبادل المعلومات وتوسيع النشاطات اللتان بلغتا نسبة (16.87%)، فالعملية الأولى تدل على أن المؤسسات طموحتان للعمل أكثر وعلى نطاق واسع واستقطاب أكبر قدر ممكن من المؤسسات خاصة الأجنبية منها، أما الثانية والمتعلقة بتبادل المعلومات فإنهما تهدفان دوما للتعامل والاتصال والتواصل مع هذه المؤسسات لتبادل الخبرات واكتساب طرق جديدة تسهل على العمال أداء مهامهم بدقة، وهذا الباب فتحته الانترنت كتقنية تتميز بخصائص جد مميزة كسهولة تبادل المعلومات وسرعتها.

ومن هنا فإننا نستنتج أن السببين الرئيسيين اللذان يدفعان مؤسستي ميناء جن جن ودبي للتعامل مع مؤسسات أخرى يتمثل في الاستيراد والتصدير.

الجدول رقم (39): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجابات العمال حول ما إذا كانت الصبغة العالمية للمؤسستين تفرض على عمالها التعامل مع مؤسسات أجنبية.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
نعم	24	%92.31	12	%75	36	%85.72
لا	02	%07.69	04	%25	06	%14.28
المجموع	26	%100	16	%100	42	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المجيبين "بنعم" بأن الصبغة العالمية للمؤسستين فرضت على عمالها التعامل مع مؤسسات أجنبية قد قدرت بـ (85.72%)، وهذا ما تؤكد نسبة الذكور والمقدرة بـ (92.31%)، والإناث (75%)، في حين مثلت نسبة المجيبين "بلا" (14.28%) وهذا ما أكدته نسبة الإناث بـ (25%)، والذكور بـ (07.69%).

ونفسر نسبة إجابات المبحوثين "بنعم" والتي قدرت بـ (85.72%) أنه وبالفعل فالصبغة العالمية التي تتمتع بها مؤسستي ميناء جن جن ودبي فرضت على عمالهما ضرورة التعامل مع عمال مؤسسات أخرى، ويمكن رد هذا التعامل إلى أن الوظائف التي يشغلها أغلب مستخدمي الانترنت قائمة على أساس عقد الصفقات وتبادل المعلومات حول السلع والخدمات والزائن، وطرق التسويق والنقل إضافة إلى ذلك فإن عمال المؤسسات الأخرى يكلفون بين الحين والآخر بمهام تقتضي عليهم زيارات إلى الميناءين في شكل وفود، مما يستوجب على عمال الميناءين ضرورة التعامل مع هذه الوفود، من

خلال تقديم شروحات حول ما تقدمه المؤسسات من خدمات وأهم النشاطات، وكذا إقامة علاقات حسنة مع المؤسسات وعمالهما واستخدام كافة الأساليب الإقناعية والإستمارات التي تدفع المتعاملين مع المؤسسات إلى عقد صفقات أكثر، فالعلاقة الجيدة لعمال المؤسسات بعمال المؤسسات الأخرى يروج بصورة الميناءين الحسنة وخدماتهما الراقية، مما يستقطب مؤسسات أخرى وينشئ سلسلة من العلاقات الوطيدة بينها.

أما عن نسبة المجيبين "بلا" فنفسرها بكون هؤلاء العمال لا يستوجب عليهم هذا النوع من التعامل، وهذا راجع لطبيعة وظائفهم بل أن هذا التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين.

ومنه نستنتج أن الصبغة العالمية التي تكتسيها مؤسستي ميناء جن جن ودبي، فرضت على عمالها ضرورة التعامل مع مؤسسات أجنبية بدرجة عالية جداً.

الجدول رقم (40): يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع التبادل الذي يتم بين عمال المؤسسات وعمال مؤسسات أجنبية.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
الاتصال وتبادل الخبرات	23	%28.30	07	%25.92	30	%27.77
المعاملات التجارية والمالية	20	%24.69	11	%40.76	31	%28.72
تبادل المعلومات و المعارف	20	%24.69	04	%14.81	24	%22.22
الترويج والتسويق والإعلانات	18	%22.22	05	%18.51	23	%21.29
أخرى تذكر	00	%00	00	%00	00	%00
المجموع	81	%100	27	%100	108	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أهم أنواع التبادل التي تتم بين عمال مينائي جن جن ودبي وعمال المؤسسات الأجنبية تعود بالدرجة الأولى إلى المعاملات التجارية والمالية بنسبة (28.72%) وهذا ما أكدته نسبة الذكور والمقدرة بـ (40.76%)، والإناث بـ (24.69%)، لتليها نسبة الاتصال وتبادل الخبرات بـ (27.77%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور بـ (28.30%)، والإناث بـ (25.92%)، لتأتي فيما بعد نسبة تبادل المعلومات والمعارف بـ (22.22%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور بـ (24.69%)، والإناث بـ (14.81%)، ونسب متقاربة يأتي الترويج والتسويق والإعلانات بنسبة (21.29%).

ما يمكن تفسيره من خلال هذا الجدول أن التبادل الذي يتم بين عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي وعمال المؤسسات الأجنبية يعود بالدرجة الكبيرة إلى تبادل المعاملات التجارية والمالية وهذا يكون في أغلبه عبر شبكة الانترنت فالمعلومات التجارية تتعلق بنوع السلع والخدمات، والموزعين والموردين، وأخبار عن الأسواق والمؤسسات المنافسة، وكذا أهم الزبائن، وحجم السلع التي يتم إنتاجها والأماكن التي سيتم فيها توزيع هذه السلع والانترنت سهلت كل هذه العمليات أما فيما يخص المعاملات المالية فهي تتعلق بنوع وحجم الصفقات التي تعقد بين المؤسسات ومختلف المؤسسات الأخرى، وهي اليوم لا تتم بالطرق التقليدية، بل تعقد على مستوى شبكة الانترنت إذ يمكن للمؤسستين عقدها بطريقة تمكنها من التفاعل والتحاور والتشاور ومشاركة الأفراد الفاعلين فيها بطريقة مباشرة وعقد اجتماعات على الشبكة، إضافة إلى تتبع قيمة البورصات العالمية التي تعقد في هذا المجال ومراقبة تحركات السوق العالمية.

ونفسر أيضا نسبة الاتصال وتبادل الخبرات بين عمال الميناءين وعمال المؤسسات الأخرى بكون العمل في المجال الاقتصادي يحتاج دوما إلى البحث أكثر والتجديد ومواكبة أحدث التطورات

في هذا المجال مما يفتي عمال الميناءين وعمال المؤسسات الأجنبية على صلة دائمة ببعضهم لتوظيف الطرق الحديثة والمبتكرة في العمل مما يعود بالنفع على العمال بصفة خاصة والمؤسسة بصفة عامة. وهذا يهيأ لإقامة علاقات متماسكة بينهم للعمل أكثر وتحقيق الأهداف المسطرة سواء كانت بعيدة أو قريبة المدى.

إضافة إلى أنه لا يمكن إغفال نسبة تبادل المعلومات والمعارف بين العمال مما يسهل عليهم إنجاز العمل، والمعرفة الأكثر تؤدي إلى بدل جهد أكثر والقيام بالعمل بأقل الأخطاء وأفضل النتائج. كما يبقى حط الترويج والتسويق والإعلانات معتبرا هذا لأن العمليات الثلاث تبقى القلب النابض لأي مؤسسة من أجل البقاء في السوق.

ومما سبق نستنتج أن نوع التبادل الذي يتم بين عمال المؤسسة وعمال المؤسسات الأخرى ينحصر في المعاملات التجارية والمالية والاتصال وتبادل الخبرات.

الجدول رقم (41): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع عمال المؤسسات لعدم التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية.

المتغير	ذكور		إناث		المجموع	%
	التكرار	%	التكرار	%		
عدم اهتمام المؤسسة بمثل هذه التعاملات	00	%00	00	%00	00	%00
إن هذا النوع من التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين	02	%66.67	03	%75	05	%71.43
الوظيفة التي اشغلها لا تستوجب عليها هذا النوع من التعامل	01	%33.33	01	%25	02	%28.57
أخرى تذكر	00	%00	00	%00	00	%00
المجموع	03	%100	04	%100	07	%100

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الأسباب التي تدفع عمال المؤسسات إلى عدم التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية، أن النسبة الأكبر تعود للمجيبين بأن هذا النوع من التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين والتي قدرت بـ (71.43%)، وهذا ما تؤكد نسبة الإناث التي قدرت بـ (75%) والذكور بـ (66.67%)، وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة المجيبين بأن الوظائف التي

يشغلونها لا تستوجب عليهم هذا النوع من التعامل والتي مثلت نسبة (28.57%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور بـ (33.33%) والإناث بـ (25%).

ونفسر النسبة العالية لإجابات العمال بأن الأسباب التي تدفعهم إلى عدم التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية إلى أن هذا النوع من التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين، وهي نفس الفئة التي أجابت بلا في الجدول رقم (39)، حيث أن وظائفهم لا تشترط ولا تفرض عليهم التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية، وهي نفس الفئة التي أجابت بأنها تستخدم الانترنت "أحيانا" في الجدول رقم (09).

وهذا ما أكدته إجاباتهم والتي كانت بأن الوظائف التي يشغلونها لا تستوجب عليهم هذا النوع من التعامل في الجدول أعلاه بنسبة (28.57%)، فالاستخدام الغير مكثف من طرفهم للانترنت يؤكد بأنهم لا يتعاملون مع عمال المؤسسات الأجنبية.

وعليه فإننا نستنتج أن السبب الرئيسي الذي يدفع أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي إلى عدم التعامل مع عمال المؤسسات الأجنبية يتمثل في كون هذا النوع من التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين.

الجدول رقم (42): توزيع أفراد العينة حسب الأثر الذي أحدثته تعامل عمال المؤسستين مع عمال مؤسسات أخرى .

المتغير	الذكور	النساء	المجموع	%
	المتغير	الذكور	النساء	المجموع
اكتساب لغات جديدة	20	19.60%	07	18.42%
اكتساب مهارات جديدة	19	18.62%	08	21.05%
الحصول على معلومات ومعارف جديدة	23	22.56%	10	26.33%
تسهيل العمل مقارنة بالطرق التقليدية	16	15.68%	06	15.78%
السرعة والدقة في إنجاز العمل	23	22.56%	07	18.42%
أخرى تذكر	01	00.98%	00	00%
المجموع	102	100%	38	100%

* المصدر: الجدول: من إعداد الطالبتين.

تحليل وتفسير الجدول:

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حول الأثر الذي أحدثته تعامل عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي مع عمال مؤسسات أخرى، بأن الأثر البالغ الذي أحدثته هذا التعامل تمثل بالدرجة الأولى في الحصول على معلومات ومعارف جديدة بنسبة (23.60%)، وهذا ما

أكدته نسبة الذكور بـ (22.56%)، والإناث بـ (26.33%)، لتليها نسبة الذين أجابوا بأنها منحتهم السرعة والدقة في إنجاز العمل بنسبة (21.42%)، وهذا ما أكدته نسبة الذكور المقدرة بـ (22.56) والإناث بـ (18.42%)، لتأتي فيما بعد نسبي الذين اكتسبوا لغات ومهارات جديدة حيث مثلتا نسبة (19.28%).

ونفسر الأثر الذي أحدثته تعامل عمال المؤسستين مع عمال مؤسسات أخرى، والذي يعود بالدرجة الأولى إلى حصول عمال الميناءين على معلومات ومعارف جديدة بكون أن التعامل المستمر مع العمال المؤسسات الأخرى أكسبهم في كل مرة معلومات جديدة يوظفونها في عملهم ومع تراكم هذه المعلومات يتشكل رصيد معرفي لا يستهان به وخبرة جيدة في التعامل وتسيير الأعمال وإنجاز المهام بسرعة ودقة، والخبرة الجيدة تجعل من أصحابها ركيزة من الركائز الأساسية في تسيير الميناءين بحيث لا يمكن الاستغناء عنها مما يؤدي إلى ترقية العامل، وهذا ما يؤثر على أدائه بشكل ايجابي ويدفع به للعمل بجهد ودقة أكبر من ذي قبل.

ونفسر إجابات المبحوثين بأن أثر هذا التعامل تمثل السرعة والدقة في إنجاز العمل والتي يتمتع بها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي إلى استفادة عمال المؤسسات من المزايا والإيجابيات التي وفرتها الانترنت في مجال عملهم مما اختصر عليهم الوقت والجهد أكثر، ووجههم للمشاركة أكثر في أعمال أخرى تعود بالمنفعة على المؤسسات.

كما يمكن تفسير إجابات العمال بأن التعامل مع عمال مؤسسات أخرى أكسبهم مهارات ولغات جديدة بأن الاحتكاك الدائم لعمال المؤسسات بمؤسسات أخرى يجعلهم يتبنون أفكار وطرق عمل جديدة تساعدهم في أداء مهامهم، وكذا التعامل مع هؤلاء العمال يفرض عليهم تعلم لغاتهم قبل كل شيء وبعد التعامل معهم يتمكنون بشكل جيد من اللغات الأجنبية مما يسهل عليهم التعامل وتكوين علاقات وطيدة .

وعليه نستنتج أن تعامل عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي مع عمال مؤسسات أخرى خلف آثار تمثلت في حصولهم على معلومات ومعارف جديدة وكذا السرعة والدقة في إنجاز العمل.

خامسا: النتائج العامة للدراسة.

5-1- المحور الأول: البيانات الشخصية الخاصة بعينة الدراسة:

- 1 - أكدت الدراسة أن (61%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذكور.
 - 2 - أكدت الدراسة أن (54.77%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي شباب تتراوح أعمارهم ما بين { 20 - 30 سنة }.
 - 3 - أكدت الدراسة أن (52.39%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي متزوجون.
 - 4 - أكدت الدراسة أن (69.06%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذوي مستوى اقتصادي متوسط .
 - 5 - أكدت الدراسة أن عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذوي المستوى الجامعي بنسبة كبيرة جدا مثلت (85.72%).
 - 6 - أكدت الدراسة أن (69.06%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ذوي أقدميه في العمل أقل من 5 سنوات.
 - 7 - أكدت الدراسة أن (33.33%) من الوظائف التي يشغلها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي محصورة بين وظيفتي الإطار والمنفذ. و (30.96%) يشغلون وظيفة المتحكمين.
- #### 5-2- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.
- 8 - كشف الدراسة أن (73.81%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في عملهم بشكل دائم.

- 9 - كشف الدراسة أن (50%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يقضون أكثر من ثلاث ساعات في العمل على شبكة الانترنت.
- 10 - أكدت الدراسة أن (61%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في العمل من أجل تحميل الملفات و(28.57%) سهولة الحصول على المعلومات.
- 11 - أثبتت الدراسة أن (39.36%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في عملهم في الفترة الصباحية و(31.92%) يستخدمونها في الظهيرة .
- 12 - أكدت الدراسة أن مؤسستي ميناء جن جن و دبي تركزان في استخدامهما للانترنت على خدمة البريد الإلكتروني بنسبة (25.98%) والبحث عن المعلومات بنسبة (25.20%) .
- 13 - كشفت الدراسة أن الانترنت ساهم بشكل كبير في إنجاز العمل بمؤسستي ميناء جن جن ودبي ذلك بنسبة (76.19%) .
- 14 - كشفت الدراسة أن إدارتي مؤسستي ميناء جن جن ودبي تشجعان العمل على شبكة الانترنت بشكل كبير وذلك بنسبة (71.43%) .
- 15 - أكدت الدراسة أن (47.63%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يقترحون توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت على مستوى المؤسستين لتحقيق استخدام فعال لها، و (30.15%) يقترحون تنظيم دورات تكوينية لصالح العمال .

5-3- المحور الثالث: الاشباكات التي تحققها شبكة الانترنت لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

61 - توصلت الدراسة إلى أن أسباب ودوافع استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي تتمثل بالدرجة الأولى في اختصار الوقت والجهد وذلك بنسبة (26.86%) وخدمة نقل الملفات بنسبة (26.01%).

17 - أكدت الدراسة أنّ (27.38%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي اكتسبوا معلومات في تخصصهم عند استخدامهم الانترنت داخل المؤسساتين و(26.31%) ساعدتهم في تبني أفكار جديدة في مجال العمل .

14 - بينت الدراسة أنّ (44.04%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لإنجاز عملهم، و(26.19%) للاتصال بالزبائن والموردين .

19 - كشفت الدراسة أن (39.59%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لزيادة معلوماتهم و(14.19%) لتنمية الطموح وحب التطور.

20 - توصلت الدراسة إلى أن استخدام الانترنت من طرف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي ساهم وبشكل كبير في تكوين رصيدهم المعرفي وذلك بنسبة (69.04%).

21 - أظهرت الدراسة أن أهم الإشباكات المحققة من استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي الانترنت في إشباكات معرفية، وذلك بنسبة (50.71%).

22 - بينت الدراسة أنّ (61.91%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي لا يستغنون عن طلب المساعدة من الزملاء في العمل رغم الإشباكات التي وفرتها لهم شبكة الانترنت.

5-4- المحور الرابع: الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

23 - أثبتت الدراسة أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تملكان موقعاً إلكترونياً وذلك بنسبة (100%).

24 - توصلت الدراسة إلى أن السبب الرئيسي لتصميم مؤسستي ميناء جن جن ودبي لموقعهما الإلكترونيين يعود لتوسيع قاعدة الزبائن نسبة (20.81%) لتليها نسبة (14.72%) لإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة.

25 - أثبتت الدراسة أن تكاليف الترويج " انخفضت " بشكل كبير بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت وذلك بنسبة (85.14%).

26 - أكدت الدراسة أن تكاليف الاتصال والمعلومات " انخفضت " بعدما استخدمت مؤسستي ميناء جن جن ودبي الانترنت وذلك بنسبة (72.41%).

27- توصلت الدراسة إلى أنّ جودة الخدمات المقدمة للزبائن " ارتفعت " بشكل كبير جداً بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت وهذا بنسبة (88.57%).

28 - أكدت الدراسة أن نسبة المبيعات " ارتفعت " بشكل كبير جداً بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت وهذا بنسبة (96.42%).

29 - بينت الدراسة أن درجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق " ارتفعت " بشكل كبير بعد استخدام مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت وهذا بنسبة (94.59%).

30 - أثبتت الدراسة أن أهم خدمة استفادت منها مؤسستي ميناء جن جن ودبي بعد استخدامهما للانترنت تمثلت في خدمة البريد الإلكتروني بنسبة (68.33%).

31 - بينت الدراسة أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تستخدمان الانترنت في عملية الترويج أحيانا وهذا بنسبة (54.76%).

32 - أكدت الدراسة أن الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت على أداء عمال مؤسستي ميناء جن جن وجدي تمثل في سهولة تداول المعلومات والتنسيق بنسبة (30%) و(20%) في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

33- بينت الدراسة أن استخدام الانترنت من قبل عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي أحدثت أثرا ايجابيا بدرجة كبيرة جدا على مردودية العمل داخل المؤسستين بنسبة (97.61%).

34 - توصلت الدراسة إلى أن غياب الانترنت داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي يؤدي إلى ضعف الأداء المهني بنسبة كبيرة تقدر بـ (64.28%).

35 - توصلت الدراسة إلى أن الانترنت فتحت بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي وهذا بدرجة كبيرة مثلت (71.42%).

36 - توصلت الدراسة إلى أن الانترنت ساعدت في عملية اتصال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بعمالها خارج أوقات العمل بنسبة كبيرة جدا قدرت بـ (80.95%).

37 - أكدت الدراسة أن الانترنت مكنت عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي من المشاركة في العمل واتخاذ القرارات بنسبة (78.57%).

38 - أكدت الدراسة أن الانترنت سهلت عملية التواصل بين مختلف أقسام إدارتي داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي بشكل "كبير" قدر بـ (64.29%).

39 - أكدت الدراسة أن الانترنت ساهمت بشكل كبير في توسيع نشاطات مؤسستي ميناء جن جن ودبي على المستوى العالمي بنسبة (50.77%).

40 - أكدت الدراسة أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تتعاملان مع المؤسسات أخرى بنسبة كبيرة جدًا قدرت بـ (95.23%).

41 - أكدت الدراسة أن السببين الرئيسيين اللذان يدفعان بمؤسستي ميناء جن جن ودبي للتعامل مع مؤسسات أخرى تتمثل في " الاستيراد " بنسبة (21.27%) و "التصدير" بنسبة (19.37%).

42 - أكدت الدراسة أن الصبغة العالمية التي تكتسيهما مؤسستي ميناء جن جن ودبي فرضت على عمالها ضرورة التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية بدرجة عالية جدًا وصلت إلى (85.72%).

43 - أكدت الدراسة أن (28.72%) من التبادل الذي يتم بين عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي وعمال المؤسسات الأجنبية ينحصر في المعاملات التجارية والمالية و(27.77%) في الاتصال وتبادل الخبرات.

44 - أكدت الدراسة أن السبب الرئيسي الذي يدفع عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي إلى عدم التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية يتمثل في كون هذا النوع من التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين وهذا بنسبة (71.43%).

45 - أكدت الدراسة أن تعامل عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي مع عمال مؤسسات أخرى خلف أثر تمثل في حصولهم على معلومات ومعارف جديدة بنسبة (23.60%)، والسرعة والدقة في إنجاز العمل بنسبة (21.42%).

سادسا: إثبات ونفي الفرضيات في ظل نتائج الدراسة.

6-1- إثبات ونفي الفرضية الأولى القائلة "بأنّ عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيجل يستخدمون الانترنت بشكل كبير".

1 - كشفت الدراسة أنّ الدراسة (73.81%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في عملهم بشكل دائم.

2 - كشف الدراسة أن (50%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يقضون أكثر من 3 ساعات في العمل على شبكة الانترنت.

3 - أثبتت الدراسة أن (39.36%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في عملهم في الفترة الصباحية و(31.92%) يستخدمونها في الظهيرة .

4 - كشف الدراسة أن الانترنت ساهمت بشكل كبير في إنجاز العمل بمؤسستي ميناء جن جن ودبي وذلك بنسبة (76.16%) .

5 - كشف الدراسة أن إدارتي مؤسستي ميناء جن جن ودبي تشجعان العمل على شبكة الانترنت بشكل كبير وذلك بنسبة (71.43%) .

ومنه الفرضية القائلة: " بأنّ عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيجل يستخدمون الانترنت بشكل كبير " صحيحة ".

6-2- إثبات أو نفي الفرضية الثانية القائلة بأن " عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لتحقيق الإشباعات المعرفية والإخبارية ".
 1 - كشف الدراسة أن (39.59%) من عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لزيادة معلوماتهم، (29.14%) لتنمية الطموح وحب التطور.

2 - توصلت الدراسة إلى أن استخدام الانترنت من طرف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي وساهم بشكل كبير في تكوين رصيدهم المعرفي وذلك بنسبة (69.04%).

3 - أظهرت الدراسة أنّ أهم الإشباعات المحققة من استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت تمثل في إشباعات معرفية وذلك بنسبة (50.71%).

وعليه فإنّ الفرضية القائلة بأنّ " عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت لتحقيق الإشباعات المعرفية والإخبارية " صحيحة " .

6-3- إثبات أو نفي الفرضية الثالثة القائلة بأنّ " الانترنت وفرت للعمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي أساليب جديدة في التواصل فيما بينهم وإنجاز أعمالهم بسهولة وحركة ودقة عالية " .

1 - توصلت الدراسة إلى أن الانترنت فتحت بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي وهذا بدرجة كبيرة مثلت (71.42%).

2 - توصلت الدراسة إلى أن الانترنت ساعدت في عملية اتصال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بعمالها خارج أوقات العمل بنسبة كبيرة جداً قدرت بـ (80.95%).

3 - أكدت الدراسة أن الانترنت مكنت عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي من المشاركة في العمل واتخاذ القرارات بنسبة (78.57%).

4 - أكدت الدراسة أنّ الانترنت سهلت عملية التواصل بين مختلف أقسام إدارتي مؤسستي ميناء جن جن ودبي بشكل كبير قدر بنسبة (64.29%).

ومن الفرضية التي تقول بأنّ " الانترنت وفرت للعمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي أساليب جديدة في التواصل فيما بينهم وإنجاز أعمالهم بسهولة وحركة ودقة عالية " صحيحة.

4-6- إثبات أو نفي الفرضية الرابعة القائلة " أنّ استخدام الانترنت من طرف العمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي يؤدي إلى اكتساب خبرات جديدة من خلال التفاعل مع عمال آخرين في مؤسسات اقتصادية عالمية".

1 - أكدت الدراسة أنّ الصبغة العالمية التي تكتسيها مؤسستي ميناء جن جن ودبي فرضت على عمالها ضرورة التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية بدرجة عالية جدا وصلت إلى (85.72%).

2 - أكدت الدراسة أنّ (28.72%) من التبادل الذي يتم بين عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي وعمال المؤسسات الأجنبية ينحصر في المعاملات التجارية والمالية، و(27.77%) في الاتصال وتبادل الخبرات .

3 - أكدت الدراسة أنّ تعامل عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي مع عمال المؤسسات أخرى خلف أثرا تتمثل في حصولهم على معلومات ومعارف جديدة بنسبة (23.60%) والسرعة والدقة في إنجاز العمل بنسبة (21.42%).

ومنه بالفرضية القائلة : " أنّ استخدام الانترنت من طرف عمال داخل مؤسستي ميناء جن جن ودبي يؤدي إلى اكتساب خبرات جديدة من خلال التفاعل مع عمال آخرين في مؤسسات اقتصادية عالمية " صحيحة .

خلاصة الفصل الرابع:

ما يمكن استخلاصه في هذا الفصل أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي تستخدمان الانترنت في العمل بشكل كبير، وهذا ما خلق أثراً إيجابياً على أداء العمال، وقد تم إثبات صدق فرضيات الدراسة وتطابق الجانبين النظري والتطبيقي .

قائمة مصادر ومراجع الفصل:

- 1- بيل. ج. (1998). المعلوماتية بعد الانترنت: طريق المستقبل. (عبد السلام رضوان، مترجم). (العدد 231). (د.ب): (د.د).
- 2- محمد، حسن عمر. (1997). الإدارة التقنية: شركاء في مواجهة تحديات العصر. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.



الخاتمة

الخاتمة:

تعتبر شبكة الانترنت من أهم الانجازات في تاريخ البشرية، نظرا للأهمية التي تكتسيها في مختلف المجتمعات، فقد نقلتها من مجتمعات صناعية إلى مجتمعات معلوماتية، نظرا لدورها الفعال في كافة المجالات وعلى رأسها المجال الاقتصادي.

وبادراك المؤسسات الاقتصادية أهمية الانترنت سارعت للاستثمار فيها وأصبحت تعتبر توظيفها في إنجاز الأعمال وتسيير المؤسسات أمرا ضروريا لما لها من مميزات، حيث وفرت مشاركة الوثائق والملفات الإلكترونية، وأصبحت تستخدم في التسويق، والمعاملات المالية، وزادت حجم الأسواق والتجارة العالمية، كما فتحت للمؤسسات الاقتصادية باب للتنبؤ بأهم ما سيحصل في الأسواق على المدى البعيد والقريب، فارتباط الشبكة بالاقتصاد خلق حركية واسعة بين المؤسسات الاقتصادية والزبائن، والموزعين، والموردين والبورصات العالمية، كما خلقت هذه الشبكة أساليب جديدة للتواصل والعمل بين الأفراد والمؤسسات، وساهمت في ربط المؤسسات ببعضها البعض، وخفضت تكاليف الاتصال، والمعاملات، وزادت من سرعة تبادل المعلومات في أوقات قياسية.

وبالتالي فالمؤسسات الاقتصادية وباستخدامها للانترنت في مجال العمل سهلت على عمالها أداء مهامهم وأعمالهم بدقة عالية.

وتعد مؤسستي ميناء جن جن ودبي من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي أولت الاهتمام بهذه التقنية، لما لها من مميزات تساهم في تحسين صورتها وأداء عمالها.

وجاءت دراستنا هذه لإلقاء الضوء على واقع استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت، وتأثير هذا الاستخدام على أدائهم المهني.

وقد تبين من خلال دراستنا أن أغلب عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي يستخدمون الانترنت في عملهم بشكل دائم، ويقضون أكثر من ثلاث ساعات في العمل على الشبكة، بغرض الحصول

على المعلومات بطرق سهلة، وكذا من أجل تحميل الملفات، وهذا الاستخدام يكون في أغلبه في الفترة الصباحية، كما أن مؤسستي ميناء جن جن ودبي استفادت من الخدمات التي توفرها الانترنت كخدمة البريد الإلكتروني، وخدمة البحث عن المعلومات، وهذا ما سهل على العمال انجاز أعمالهم، لأن إدارتي المؤسسات تشجعان للعمل على شبكة الانترنت بشكل كبير، هذا لا ينفي وجود جوانب نقص في مجال التحكم في الانترنت، مما دفع بعمال المؤسسات إلى اقتراح ضرورة توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت وكذا تنظيم دورات تكوينية لصالح العمال، من أجل تحقيق الاستخدام الفعال لهذه الشبكة.

ومن الأسباب التي دفعت عمال المؤسسات لاستخدام الانترنت في العمل اختصار الوقت والجهد، والاستفادة من خدمة نقل الملفات، هذا الاستخدام أكسبهم معلومات في تخصصاتهم وجعلهم يتبنون أفكارا جديدة في مجال عملهم، فهم يستخدمونها لانجاز أعمالهم والاتصال بالزبائن والموردين، وزيادة معلوماتهم وتنمية طموحهم وحبهم للتطور، مما كون لديهم رصيدا معرفيا.

وقد استفادت المؤسسات من خدمة البريد الإلكتروني الذي صمم بغرض توسيع قاعدة الزبائن وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسات، وباستخدامهما للانترنت حققت المؤسسات انخفاضا ملحوظا في تكاليف الترويج والاتصال والمعلومات والخدمات المقدمة للزبائن، وكذا انخفاض المبيعات، أما عن سهولة تبادل المعلومات والتنسيق فقد ارتفعت، وهذا راجع للسرعة والدقة في انجاز الأعمال التي وفرتها شبكة الانترنت.

وكأي تقنية تستخدم في مجال العمل أحدثت الانترنت أثرا على أداء العمال وأصبح غيابها يؤدي إلى ضعف أدائهم المهني.

ومن أبرز النتائج التي أفرزها استخدام الانترنت بمؤسستي ميناء جن جن ودبي، فتح باب للحوار والنقاش مع مختلف العمال داخل المؤسسات، وكذا اتصال المؤسسات بالعمال خارج أوقات العمل وتمكينهم من المشاركة في العمل، واتخاذ القرارات، بالإضافة إلى تسهيل عملية التواصل بين مختلف

أقسام الإدارتين، وتوسيع نشاطات الميناءين على المستوى العالمي، مما دفعهما للتعامل مع مؤسسات أخرى بشكل كبير، وينحصر تعامل المؤسسات مع مؤسسات أخرى في مجال الاستيراد والتصدير.

ونظرا للصبغة العالمية التي تكتسيها المؤسسات أصبح لزاما على عمالها التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية من أجل المعاملات التجارية والمالية والاتصال وتبادل الخبرات، وهذا ما أكسبهم معلومات ومعارف جديدة.



الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

استخدامات الانترنت في المؤسسات الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال

دراسة ميدانية بمؤسستي ميناء جن جن ودبي- بجيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

ملاحظة : في إطار قيامنا بتحضير مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال حول موضوع "استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثره على الأداء المهني للعمال"، نطلب منكم التعاون معنا في إنجاز هذه المذكرة وذلك بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، مع العلم أن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وتقبلوا منا جزيل الشكر وفائق الاحترام.

إشراف الأستاذ:

د/ محمد الفاتح حمدي

إعداد الطالبتين:

- كريمة صوفان

- مليكة بوراوي

محور الأول: البيانات الشخصية

1/ الجنس:

☐ أنثى

☐ ذكر

2/ السن:

☐ 41-31 سنة

☐ 30-20 سنة

☐ 42 فما فوق

3/ الحالة الاجتماعية:

☐ متزوج(ة)

☐ أعزب (عزباء)

☐ أرمل (ة)

☐ مطلق (ة)

4/ المستوى الاقتصادي:

☐ عالي

☐ متوسط

☐ منخفض

5/ المستوى التعليمي:

☐ دون جامعي

☐ جامعي

أخرى تذكر.....

6/ الأقدمية في العمل:

☐ من 05 سنوات إلى 10 سنوات

☐ أقل من 05 سنوات

☐ أكثر من 20 سنة

☐ من 10 سنوات إلى 20 سنة

7/ الوظيفة التي تشغلها في المؤسسة:

إطار ☐ متحكم ☐ منفذ ☐

أخرى تذكر:.....

المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للإنترنت

8/ هل تستخدم الانترنت في عملك؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

9/ ما هي عدد ساعات استخدامك الانترنت في عملك في اليوم؟

أقل من ساعة ☐ من [1-3] ☐ أكثر من 3 ساعات ☐

10/ ما هي الأسباب التي جعلتك تستخدم الانترنت في عملك؟

- تحميل الملفات ☐

- مواكبة تطورات العصر ☐

- سهولة الحصول على المعلومات ☐

- اختصار الجهد والوقت ☐

أخرى تذكر:.....

11/ ما هي الفترات التي تستخدم فيها الانترنت في عملك؟

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐

12/ ما هي الاستخدامات التي تركز عليها مؤسستك عند استخدام الانترنت؟

☐ -البحث عن المعلومات

☐ -تحويل البيانات

☐ -خدمة البريد الالكتروني

☐ -العمل عن بعد

☐ -الإعلان الالكتروني

☐ -الترفيه والأغراض الشخصية

أخرى تذكر.....

13/ هل استخدام الانترنت ساعدك في إنجاز عملك بسرعة؟

☐ كثيرا ☐ قليلا ☐ أبدا

14/ هل تشجعك إدارة المؤسسة على العمل على شبكة الانترنت؟

☐ نعم ☐ لا

15/ كعامل بمؤسستي ميناء جن جن ودبي ما هي اقتراحاتك لتحقيق استخدام فعال للانترنت؟

☐ - توفير فضاءات كافية للربط بالانترنت على مستوى المؤسسة

☐ - الإعلام الواسع عن أهمية الانترنت وخدماتها

☐ - تنظيم دورات تكوينية مستمرة لصالح العمال

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: الإشاعات التي تحققها شبكة الانترنت لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي

16/ لماذا ترغب في استعمال الانترنت بمؤسستك؟

- ☐ - لاختصار الوقت و الجهد
- ☐ - مواكبة تطورات العصر
- ☐ - التسويق الالكتروني
- ☐ - خدمة الاتصال بالزبائن
- ☐ - خدمة نقل الملفات

أخرى تذكر:

17/ ماذا تستفيد من استخدامك للانترنت داخل مؤسستك؟

- ☐ - الحصول على معلومات عن السلع و الخدمات
- ☐ - اكتساب خبرات جديدة في مجال العمل
- ☐ - اكتساب معلومات في تخصصك
- ☐ - تبني أفكار جديدة في مجال العمل

أخرى تذكر:

18/ حدد مجالات استخدامك للانترنت في عملك؟

- ☐ - انجاز العمل
- ☐ - التسويق الالكتروني
- ☐ - الاتصال بالزبائن و الموردين
- ☐ - الإعلان الالكتروني

أخرى تذكر:.....

19/ ما نوع الرغبات التي تريد إشباعها من خلال استخدامك للانترنت في مؤسستي ميناء جن جن ودبي؟

زيادة المعلومات ☐

اكتساب سلوكيات جديدة ☐

حب المنافسة ☐

تنمية الطموح و حب التطور ☐

الترفيه ☐

أخرى

تذكر:.....

20/ هل ساهمت الانترنت في تكوين رصيدك المعرفي؟

كثيرا ☐ قليلا ☐ أبدا ☐

21/ ما طبيعة الإشباعات المحققة من استخدامك لشبكة الانترنت؟

إشباعات معرفية ☐ إشباعات إخبارية ☐ إشباعات ترفيهية ☐

أخرى تذكر.....

22/ هل الإشباعات التي وفرتها لك شبكة الانترنت جعلتك تستغني عن طلب المساعدة من

زملائك في العمل؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع: الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.

23/ هل تمتلك مؤسستك موقعاً إلكترونياً؟

نعم ☐ لا ☐

24/ في حالة الإجابة بنعم ما هي الأسباب التي دفعتكم إلى تصميم موقع إلكتروني؟

- توسيع قاعدة الزبائن ☐
- الترويج ☐
- تخفيض تكاليف الاتصال ☐
- تقديم خدمات على مدار اليوم ☐
- إعطاء صورة جيدة عن المؤسسة ☐
- التقرب من الأسواق البعيدة ☐
- لأن منافسينا لهم مواقع إلكترونية ☐

25/ بعد استخدام مؤسستك لانتترنت هل لاحظت أن:

- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|--|
| ارتفعت ☐ | انخفضت ☐ | - تكاليف الترويج: |
| ارتفعت ☐ | انخفضت ☐ | - تكاليف الاتصال والمعلومات: |
| ارتفعت ☐ | انخفضت ☐ | - جودة الخدمات المقدمة للزبائن: |
| ارتفعت ☐ | انخفضت ☐ | - المبيعات: |
| ارتفعت ☐ | انخفضت ☐ | - درجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق: |

26/ ما هي أهم خدمات الانترنت التي استفادت منها المؤسسة؟

- خدمة البريد الالكتروني ☐

- التسويق الالكتروني ☐

أخرى تذكر.....

27/ هل تستخدم مؤسستك الانترنت في عملية الترويج ؟.

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

28/ ما هو الأثر الذي أحدثته الانترنت على أداء العمال بالمؤسسة؟

- سهولة تداول المعلومات والتنسيق ☐

- تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ☐

- تطوير قدرات الأفراد وتعزيزها ☐

- تحسين جودة الخدمات المقدمة ☐

- تخفيض التكلفة والرفع من تنافسية المؤسسة ☐

29/ حسب رأيك هل للانترنت أثر إيجابي على مردودية العمل داخل المؤسسة؟

نعم ☐ لا ☐

30/ عند غياب الانترنت في عملك هل يؤدي ذلك إلى ضعف أدائك المهني؟

نعم ☐ لا ☐

31/ هل فتحت لك الانترنت بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال المؤسسة؟

☐ نعم ☐ لا

32/ هل تساعد الانترنت مؤسستك في عملية الاتصال بالعمال خارج أوقات العمل؟

☐ نعم ☐ لا

33/ هل الانترنت مكنتك من المشاركة أكثر في العمل واتخاذ القرارات؟

☐ نعم ☐ لا

34/ هل سهلت لك الانترنت عملية الاتصال والتواصل مع مختلف أقسام الإدارة؟

☐ كثيرا ☐ قليلا ☐ أبدا

35/ هل استعمال الانترنت أدى إلى توسع نشاطات المؤسسة على المستوى:

☐ الوطني ☐ العربي ☐ العالمي

36/ هل تتعامل مؤسستك مع مؤسسات أخرى؟

☐ نعم ☐ لا

37/ إذا كانت الإجابة "نعم" فما الذي يدفعها للتعامل مع هذه المؤسسات؟

☐ - للاستيراد

☐ - للتصدير

☐ - التمويل المالي

☐ - تبادل الخبرات

☐ - توسيع النشاطات

☐

- تبادل المعلومات

أخرى تذكر:.....

38/ هل الصبغة العالمية التي تكتسيها المؤسسات تفرض على عمالها التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية؟

نعم ☐ لا ☐

39/ إذا كانت الإجابة "بنعم" فما نوع هذا التبادل؟

- الاتصال و تبادل الخبرات ☐

- المعاملات التجارية والمالية ☐

- تبادل المعلومات والمعارف ☐

- الترويج والتسويق والإعلانات ☐

أخرى تذكر:.....

40/ إذا كانت الإجابة "بلا" فهل هذا يعود إلى:

- عدم اهتمام المؤسسة بمثل هذه التعاملات ☐

- أن هذا النوع من التعامل يقتصر فقط على أشخاص معينين ☐

- الوظيفة التي أشغلها لا تستوجب علي هذا النوع من التعامل ☐

أخرى تذكر:.....

41/ هل تعاملك مع عمال في مؤسسات أخرى أدى إلى:

☐ - اكتساب لغات جديدة

☐ - اكتساب مهارات جديدة

☐ - الحصول على معلومات و معارف جديدة

☐ - تسهيل العمل مقارنة بالطرق التقليدية

☐ - السرعة و الدقة في انجاز العمل

أخرى تذكر:.....

جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة ملاحظة بعنوان:

استخدامات الانترنت في المؤسسات الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني
للعمال

دراسة ميدانية بمؤسستي ميناء جن جن ودبي- بجيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د/ محمد الفاتح حمدي

إعداد الطالبتين:

- كريمة صوفان

- مليكة بوراوي

ملاحظات الدراسة الميدانية:

- 1- مؤسستي ميناء جن جن ودبي تعتمدان على الانترنت في انجاز الأعمال بشكل كبير خاصة ميناء دبي، حيث تستخدم هذه التقنية داخل الإدارة وخارجها باستخدام لوحات إلكترونية تضم خرائط مصممة لتوجيه العمال لأماكن تواجد الحاويات وهذا لربح الوقت وانجاز العمل بكل يسر.
- 2- غياب الانترنت يؤدي إلى شلل أعمال ونشاطات الميناءين خاصة ميناء دبي وهذا للاعتماد الكبير جدا على هذه الشبكة في إنجاز الأعمال.
- 3- هناك تنسيق بين مختلف أقسام إدارتي مؤسستي ميناء جن جن ودبي في إنجاز المهام، لأن الانترنت سهلت لعمال الميناءين الاتصال فيما بينهم.
- 4- توفر أجهزة الكمبيوتر بكل مكاتب إدارتي ميناء جن جن ودبي.
- 5- هناك أشغال لتوسيع الميناءين بعضها في طريق الإنجاز والبعض الآخر مشاريع مستقبلية، فميناء دبي مثلا سيكون في المستقبل القريب مرسى لأكبر البواخر القادمة من مختلف دول العالم، والتي ستكون محملة بأعداد كبيرة من الحاويات تحتوي بداخلها على مختلف المنتجات (مواد غذائية، مواد التجميل ألبسة...الخ).



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

1- بالعربية:

- 1- إبراهيم عيسى، عثمان. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. (ط1). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 2- إبراهيم محمد، المحاسنة. (2013). إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق. (ط1). الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.
- 3- إبراهيم، العيساوي. (2003). التجارة الإلكترونية، (ط1). القاهرة: المكتبة الأكاديمية شركة مساهمة مصرية.
- 4- إبراهيم، بختي. (2008). التجارة الإلكترونية، المفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 5- إبراهيم، بختي. (2008). التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 6- إبراهيم، عزيز. (2012). الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة. (ط1). د.ب: دار الكتاب الحديث.
- 7- إحسان محمد، الحسن. النظريات الاجتماعية المقدمة دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة. (ط2). الأردن: دار وائل للنشر.
- 8- أحمد نافع، المداح. (2009). الخدمات المكتبية والمعلوماتية للمستخدمين. (ط1). الأردن: دار المعزز للنشر والتوزيع.

- 9- أحمد، الساري. (2011). وسائل الإعلام النشأة والتطور. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 10- أحمد، بدر. (1996). أصول البحث العلمي ومناهجه. (ط9). الإسكندرية: المكتبة الأكاديمية.
- 11- أحمد، بن مرسل. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 12- أحمد، بن مرسل. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. (ط4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 13- أحمد، ماهر. (2003). الاختيارات واستخدامها في إدارة الموارد البشرية والأفراد. (د.ط). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 14- أحمد، ماهر. (2004). إدارة الموارد البشرية. (د.ط). (د.ب): الدار الجامعية.
- 15- إسماعيل، عرباجي. (2013). اقتصاد وتسيير المؤسسة: أهمية التنظيم ديناميكية الهياكل. (ط3). الجزائر: موفم للنشر.
- 16- السعيد، مبروك إبراهيم. (2014). إدارة الموارد البشرية بالمكتبات الجامعية في عصر المعرفة. (ط1). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 17- المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج. (2000). الإنترنت مالها وما عليها. (ط1). (د.ب): (د.د).
- 18- أنيس عبد الخالق رشراش، أمل أبو دياب عبد الخالق. (2008). تكنولوجيا التعليم وتقنياته. (ط1). لبنان: دار النهضة العربية.

- 19- بشير عباس العلاق، علي محمد رابعة. (2007). الترويج والإعلان التجاري: أسس- نظريات- تطبيقات- (مدخل متكامل). (د.ط). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 20- بشير عباس، العلاق. (2002). التسويق عبر الانترنت. (ط1). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
- 21- بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلاني. (2009). أسس البحث العلمي. (ط2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 22- جعفر حسن، جاسم. (2012). المكتبات الرقمية واقعها ومستقبلها. (ط1). عمان: دار البداية للنشر والتوزيع.
- 23- جمال يوسف، بدير. (2009). المكتبات الإلكترونية والرقمية. (ط1). عمان: (د.د).
- 24- جمال، العيفة. (2010). مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل الأدوار. (د.ط). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 25- جودت أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي. (2010). استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم. (ط1). الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 26- حسين محمد جواد، الجبوري. (2013). منهجية البحث العلمي. مدخل لبناء المهارات البحثية. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 27- خالد، الهيقي. (2005). إدارة الموارد البشرية. (ط2). عمان: دار وائل للنشر.
- 28- ربحي مصطفى، عليان. (2010). المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية. (ط1). عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 29- ربيعة، فندوشي. (2012). الإعلان الإلكتروني. (د.ط). الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.

- 30- رضوان، بلخيري. (2014). **مدخل إلى الإعلام الجديد**. (ط1). الجزائر: جسور للنشر والتوزيع.
- 31- رفيقة، حروش. (2013). **اقتصاد وتسيير المؤسسة**. (د.ط). الجزائر: دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع.
- 32- ريث.و، إلسون.و. (2012/2011). **النظرية المعاصرة في علم الاجتماع**. (محمد عبد الكريم الحوراني، مترجم). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 33- زكريا عزام، عبد الباسط حسونة، مصطفى الشيخ. (2008). **مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق**. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 34- زكي، حنوش. (1981). **الرقابة والتخطيط في المشروع**. (ط1). الجزائر: مديرية الكتب والمطبوعات.
- 35- سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي. (2007). **التسويق عبر الأنترنت**. (ط1). الأردن: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- 36- سعيد غالب ياسين، بشير عباس العلاق. (2009). **التجارة الإلكترونية**. (د.ط). الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 37- سليم، الحسنية. (2006). **نظم المعلومات الإلكترونية نما**. (ط3). عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- 38- سهيل رزق، دياب. (2003). **مناهج البحث العلمي**. (د.ط). فلسطين: (د.د.).
- 39- سوسن، زهير المهدي. (2011). **تكنولوجيا الحكومة الإلكترونية**. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- 40- سيد محمد، جاب الرب. (2009). إستراتيجيات تطوير وتحسين الأداء: الأطر المنهجية والتطبيقات العلمية. (د.ط.). (د.ب.): مطبعة العشري.
- 41- سيف الإسلام، شوية. (2006). سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية اقتراح نموذج لتطوير. (د.ط.). قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 42- صلاح الدين عبد الباقي، علي عبد الهادي مسلم، راوية حسن. (2007). إدارة الموارد البشرية. (د.ط.). الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- 43- طارق عبد العال، حماد. (2008/2007). التجارة الإلكترونية: المفاهيم التجارب التحديات الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية. (ط2). (د.ب.): الدار الجامعية.
- 44- طاهر محسن الغالبي، أحمد شاکر العسكري. (2006/2003). الإعلان مدخل تطبيقي. (ط1. ط2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 45- طريف، أقيب. (1996). الانترنت المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء. (ط1). سورية: دار الإيمان.
- 46- عادل حروش صالح، مؤد سعيد السلام. (2006). إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي. (ط2). الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.
- 47- عامر إبراهيم قندلجي، إيمان فاضل السمرائي. (2002). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. (ط1). عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- 48- عامر إبراهيم، قندلجي. (2007/2005). نظم المعلومات الإدارية. (ط1. ط2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- 49- عامر، قندلجي. (1999). البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات. (ط1). عمان: دار اليازوري العلمية.
- 50- عباس مصطفى، صادق. (2007). الإنترنت والبحث العلمي. (ط1). الإمارات العربية المتحدة: مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية.
- 51- عبد الحافظ، عواجي صلوي. (د.س). نظريات التأثير الإعلامية. (د.ب). (د.د.).
- 52- عبد الرحمن، المشاقبة. (2010). نظريات الإعلام. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 53- عبد الرحيم، درويش. (2005). مقدمة إلى علم الاتصال. (د.ط). (د.ب): مكتبة نابلسي للنشر.
- 54- عبد الرزاق محمد، الدليمي. (2012). الخبر في وسائل الإعلام. (ط1). (د.ب): دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 55- عبد الرزاق، الدليمي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. (ط1). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 56- عبد الرزاق، بن حبيب. (2009). اقتصاد وتسيير المؤسسة. (ط4). (د.ب): ديوان المطبوعات الجامعية.
- 57- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد. (2006). هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني. (د.ط). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 58- عبد القادر، تومي. (2009). العولمة فلسفتها، مظاهرها، تأثيراتها. (ط1). الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.

- 59- عبد الله عامر، الهمايلي. (2003). أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته. (ط3). ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- 60- عبد الله، عبد الرحمن. (2004). الإعلام (المبادئ والأسس النظرية والمنهجية). (د.ط). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 61- عبد المطلب، عبد الحميد. (2015). التسويق المصرفي. (ط1). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 62- عبد الناصر، جندلي. (2010). تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية. (ط3). (د.ب): ديوان المطبوعات الجامعية.
- 63- عقلة محمد المبيضين، أسامة محمد جردات. (2001). التدريب الإداري الموجه بالأداء. (د.ط). القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- 64- عقيل حسين، عقيل. (1999). مناهج البحث العلمي. (د.ط). (د.ب): مكتبة مدبولي.
- 65- علي بن عبد الله، عسيري. (2004). الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للإنترنت. (ط1). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 66- علي غربي، إسماعيل قيرة، بلقاسم سلاطية. (2007). تنمية الموارد البشرية. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 67- علي محمد، رابعة. (2003). إدارة الموارد البشرية: تخصص: نظم المعلومات الإدارية. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 68- علي معمر، عبد المؤمن. (د.س). مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسيات والتقنيات والأساليب. (ط1). ليبيا: إدارة المطبوعات والنشر.

- 69- علي، السلمي. (1998). إدارة الموارد البشرية. (د.ط.). القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- 70- علي، غربي. (2009). أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. (ط1). قسنطينة: دار الفائز للطباعة والنشر والتوزيع.
- 71- عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات. (2007). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. (ط4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 72- عمار، بن عيشي. (2012). اتجاهات التدريب وتقييم أداء الأفراد. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 73- عمر موفق بشير، العباجي. (2010). الإدمان والأنترنت. (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 74- عمر موفق، العباجي. (2006). الإدمان على الأنترنت. (ط1). الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 75- عمر وصفي، عقيلي. (2012). تكنولوجيا إدارة الموارد البشرية الحديثة: الاستراتيجيات - الاقتصاديات. (ط1). الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- 76- عمر، صخري. (2003). اقتصاد المؤسسة. (ط3). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 77- غالب عوض، النوايسة. (2011). الأنترنت والنشر الإلكتروني. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 78- فارس حسن، الخطاب. (2012). الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- 79- فريد النجار، وليد دياب. (2006). التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة. (د.ط). الإسكندرية: الدار الجامعية.
- 80- فضيل، دليو. (2003). الاتصال مفاهيمه - نظرياته - وسائله. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 81- فضيل، دليو. (2013). تاريخ وسائل الإعلام والاتصال. (ط4). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- 82- فيصل عبد الرؤوف، الدحلة. (2001). تكنولوجيا الأداء البشري المفهوم وأساليب القياس والنماذج. (د.ط). عمان: (د.د).
- 83- لحسن عبد الله باشيوة، نزار عبد المجيد البرواري، عدنان هاشم السامرائي. (2010). البحث العلمي، مفاهيم، أساليب، تطبيقات. (ط1). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
- 84- ماهر عودة الشمايلية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي. (2015). الإعلام: الرقمي الجديد. (ط1). الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 85- مجد هاشم، الهاشمي. (2012). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 86- مجد، الهاشمي. (2012). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 87- مجيد، الكرخي. (2013). إدارة الموارد البشرية: مدخل نظري وتطبيقي. (ط1). الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 88- مجيد، الكرخي. (2014). إدارة الموارد البشرية. (ط1). الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

- 89- محسن فتحي، عبد الصبور. (2001). أسرار الترويج في عصر العولمة. (ط1). القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- 90- محمد إبراهيم، عبد الرحيم. (2007). الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، (د.ط). الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- 91- محمد الفاتح حمدي، ياسين قرناي، مسعود بوسعدية. (2011). تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة. (د.ط). الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- 92- محمد جهاد جمل، دلال هلالات. (2008). مهارات الاتصال الإنساني اللفظية وغير اللفظية في اللغة العربية. (ط1). الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- 93- محمد حافظ، حجازي. (د.س). إدارة المورد البشرية. (د.ط). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 94- محمد، حسن عمر. (1997). الإدارة التقنية: شركاء في مواجهة تحديات العصر. (دط). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 95- محمد حسين، الطائي. (2010). التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة. (ط1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 96- محمد صاحب، سلطان. (2012). وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور. (ط1). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 97- محمد صلاح، سالم. (2002). العصر الرقمي وثورة المعلومات. (ط1). (د.ب): عين الدراسات والبحوث الإنسانية.

- 98- محمد طاهر، نصير. (2005). التسويق الإلكتروني. (د.ط.). الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 99- محمد عبد الكريم، الملاح. (2012/2010). المدرسة الإلكترونية ودور الأنترنت في التعليم رؤية تربوية. (ط1). الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 100- محمد عبده، حافظ. (2009). التسويق عبر الأنترنت. (ط1). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 101- محمد علي، النوبي. (2010). إدمان الأنترنت في عصر العولمة. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 102- محمد عمر، الشويرف. (2013). التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد. (ط1). عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- 103- محمد قاسم، القريوتي. (2010). الوجيه في إدارة الموارد البشرية. (ط1). عمان: دار وائل للنشر.
- 104- محمد منير، سعد الدين. (2002). الإعلام. (ط3). بيروت: دار بيروت المحروسة للنشر والتوزيع.
- 105- محمد، الصيرفي. (2005). التجارة الإلكترونية. (ط1). الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية.
- 106- محمد، الصيرفي. (2008). البيع والشراء عبر الأنترنت. (د.ط.). (د.ب.): المكتب الجامعي الحديث.
- 107- محمد، حسن عمر. (1997). الإدارة التقنية: شركاء في مواجهة تحديات العصر. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

- 108- محمد، سمير أحمد. (2009). التسويق الإلكتروني. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 109- محمد، شفيق. (2006). البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية. (د.ط). (د.ب): دار المكتب الجامعي الحديث.
- 110- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف. (2012). التسويق الإلكتروني. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 109- مروي، عصام صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. (ط1). الأردن: دار الإعمار للنشر والتوزيع.
- 111- مصطفى نجيب، شاويش. (2005). إدارة الموارد البشرية. (ط3). الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 112- مصطفى، خلف عبد الجواد. (2009). نظرية علم الاجتماع المعاصرة. (ط1). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 113- مصطفى، نمر دعمس. (2010). الإعلام المدرسي. (ط1). الأردن: دار الكنوز المعرفية العلمية للنشر والتوزيع.
- 114- موس، اللوزي. (2002). التنمية الإدارية. (ط2). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 115- موسى توفيق الأحرس، إيمان موسى المومني. (2011). مهارات استخدام الأنترنت في البحث العلمي. (ط1). عمان: زمزم ناشرون وموزعون.
- 116- مي، عبد الله سنو. (2001). الاتصال في عصر العولمة. (ط2). لبنان: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.

- 117- ناصر، الخليل. (2009). التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني. (ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 118- نجم عبد الله العزاوي، عباس حسين جواد. (2013). الوظائف الإستراتيجية في إدارة الموارد البشرية. (د.ط). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر ولتوزيع.
- 119- نجم عبود، نجم. (2009). الإدارة والمعرفة الإلكترونية. (د.ط). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 120- وهيبة غراممي سعيدي، عبد الحميد أعراب. (2008). تكنولوجيا المعلومات في المكتبات. (ط1). الجزائر: قسم علم المكتبات والتوثيق.
- 121- وهيبة، غراممي. (2012). تكنولوجيا المعلومات في المكتبات. (ط2). (د.ب): ديوان المطبوعات الجامعية.
- 122- يوسف أحمد، عيادات. (2004). الحاسوب التعليمي وتطبيقاته التربوية. (ط1). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 123- يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي. (2009). التسويق الإلكتروني. (ط1). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
- 124- يوسف حسن، يوسف. (2012). الاقتصاد الإلكتروني. (ط1). القاهرة: المركز القومي للإصدارات القانونية.
- 125- يوسف، مشعراوي. (2013). أساسيات في إدارة المؤسسات. (د.ط). الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.

2- الكتب باللغة الأجنبية:

126- Serge, Dufoulon .(2012). **Internet Oula Boite A Usages**. (S.edt) Paris :(L'harmattan).

127- Philippe, Engelhard. (2012) **L'internet Change -T- Il Vraiment Nos Sociétés ?**.(S.edt) Paris :(L'harmattan).

ثانيا: المجلات

128- إبراهيم، عمر.(د.س). **التأثير الاقتصادي والاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسات لاقصادية**. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. العدد السابع. الجزائر: (د.د).

129- الشيخ، الداوي. (2010/2009). **تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء**. مجلة الباحث.(العدد 07). الجزائر. (د.د).

130- بيل. ج. (1998). **المعلوماتية بعد الانترنت: طريق المستقبل**. (عبد السلام رضوان مترجم). (العدد 231). (د.ب): (د.د).

ثالثا: الرسائل الجامعية

131- العربي، بن داود.(2008/2007). **فعالية الاتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية**، رسالة منشورة. جامعة منتوري قسنطينة: قسم علم الاجتماع والديمقراطية.

132- العربي، عطية.(2012). **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية**، رسالة منشورة. مجلة الباحث (العدد 10). الجزائر: (د.د).

133- أمين منصور، وافي. (2006/2005). **الإعلام الفلسطيني والأداء المهني للعاملين الفلسطينيين في انتفاضة الأقصى**، رسالة منشورة. جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة: قسم علوم الإعلام والاتصال.

- 134- جلال الدين، بوعطيط. (2009/2008). الاتصال التنظيمي وعلاقته بأداء الوظيفي رسالة منشورة. جامعة منتوري محمود قسنطينة: قسم علم النفس والعلوم التربوية والأرطوفونيا.
- 135- حورية، بوالعويديات. (2008/2007). استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة منشورة. جامعة منتوري قسنطينة: قسم علوم الإعلام والاتصال.
- 136- شوقي، شادلي. (2008/2007). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة منشورة. جامعة قاصدي مرباح ورقلة : قسم العلوم الاقتصادية.
- 137- عادل، عشي. (2002/2001). الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم، رسالة منشورة. جامعة محمد خيضر بسكرة: قسم التسيير.
- 138- عبد الرزاق، بوترة. (2009/2008). تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الإعلامي لدى الصحفيين الجزائريين، رسالة منشورة. جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة: قسم علوم الإعلام والاتصال.
- 139- فائزة، عبوب. (2014/2013). استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. رسالة منشورة. جامعة يحي فارس المدية: قسم الاعلام والاتصال.
- 140- لبنى عبد الله، العلاوين. (2009). تكنولوجيا اتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية رسالة منشورة. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا: قسم الاعلام.
- 141- محمد بن علي، المانع. (2006). تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء، رسالة منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض: قسم العلوم الإدارية.

142- محمد، سليمان. (2007/2006). الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة رسالة منشورة. جامعة المسيلة: قسم علوم التسيير.

143- محمود، بوقطف. (2014/2013). التكوين أثناء الخدمة ودوره في تحسين أداء الموظفين بالمؤسسة الجامعية، رسالة منشورة. جامعة محمد خيضر بسكرة: قسم العلوم الاجتماعية.

144- مومن، شرف الدين. (2012/2011). دور الإدارة بالعمليات في تحسين الأداء للمؤسسة الاقتصادية، رسالة منشورة. جامعة فرحات عباس سطيف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

145- ناصر بن محمد، بن عقيل. (2006). العلاقات الإنسانية وعلاقتها بالأداء الوظيفي رسالة منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض: قسم العلوم الإدارية.

رابعا: المعاجم والقواميس

146- أمل، عبد العزيز محمود. (1997). الأداء القاموس العربي الشامل عربي عربي. (ط1). (د.ب): دار الراتب الجامعية.

147- إبراهيم مصطفى، أحمد حسن الزيات، عبد القادر حامد، محمد علي النجار. (د.س). المعجم الوسيط. (د.ط). تركيا: المكتبة الإسلامية للنشر والتوزيع.

148- المعجم الشامل لمصطلحات العلوم الإدارية والمحاسبة والتمويل والمصارف انجليزي/عربي. (د.س). (ط1). لبنان: دار الجماهيرية للنشر والتوزيع.

149- المعجم الوسيط. (2005). (ط4). القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

150- المغيث معجم قانون تكنولوجيا الإعلام والاتصال عربي فرنسي إنجليزي. (2008). (ط1). (د.ب): مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني.

- 151- حبيب، الصّحاف. (1997). معجم إدارة الموارد لبشرية وشؤون العاملين عربي إنجليزي. (ط1). لبنان: مكتبة لبنان ناشرون.
- 152- حسن شحاتة، زينب النجار. (2005). معجم المصطلحات التربوية والنفسية. (ط1). (د.د.ب). (د.د.).
- 153- طارق الشريف، يونس. (2005). معجم مصطلحات العلوم الإدارية والمحاسبة والأنترنت (ط1). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 154- محمد فريد، محمود عزت. (2001). القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية إنجليزي/عربي. (د.ط). القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 155- معجم المنجد في اللغة والإعلام. (2003). (ط40). لبنان: دار المشرق.

خامسا: المواقع الالكترونية:

156-Http:// Rebels-Tech.Com/Alternatives/3953/.



فهرس الجدول

والأشكال

– فهرس الجداول والأشكال

1– فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
33	توزيع عمال مؤسسة ميناء جن جن على مختلف أقسام الإدارة.	01
132	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	02
132	توزيع أفراد العينة حسب السن.	03
133	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية.	04
133	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الاقتصادي.	05
134	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	06
134	توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل.	07
135	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة التي يشغلها عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيغل.	08
142	توزيع أفراد العينة حسب استخدام الانترنت.	09
143	توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدام الانترنت في العمل.	10
145	يمثل توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام الانترنت.	11
146	يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترات استخدام الانترنت في العمل.	12
148	توزيع أفراد العينة حسب الاستخدامات التي تركز عليها المؤسسات عند استخدام الانترنت.	13

150	توزيع أفراد العينة حسب سرعة إنجاز العمل باستخدام الانترنت من طرف عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي بولاية جيجل.	14
151	توزيع أفراد العينة حسب تشجيع إدارة المؤسساتين للعمل على شبكة الانترنت.	15
153	توزيع أفراد العينة حسب اقتراحات العمال لتحقيق استخدام فعال للانترنت.	16
156	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع العمال لاستعمال الانترنت بالمؤسساتين.	17
158	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الخدمات التي يستفيد منها.	18
160	توزيع أفراد العينة حسب مجالات استخدامهم للانترنت في العمل.	19
162	توزيع أفراد العينة حسب الرغبات التي يريد عمال المؤسساتين إشباعها من خلال استخدام شبكة الانترنت.	20
164	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الانترنت في تكوين الرصيد المعرفي لعمال المؤسساتين.	21
166	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الإشباكات المحققة من استخدام شبكة الانترنت.	22
168	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الانترنت في تحقيق الإشباكات والاستغناء عن طلب مساعدة الزملاء بالعمل.	23
169	توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانت لمؤسستي ميناء جن جن ودبي موقعا الكترونيا.	24
171	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي دفعت المؤسساتين لتصميم موقع الكتروني.	25
173	تقييم المبحوثين لتكاليف الترويج بعد استخدام الانترنت.	1-26

175	تقييم المبحوثين لتكاليف الاتصال والمعلومات بعد استخدام الانترنت.	2-26
176	تقييم المبحوثين لجودة الخدمات المقدمة للزبائن بعد استخدام الانترنت.	3-26
178	تقييم المبحوثين للمبيعات بعد استخدام الانترنت.	4-26
180	تقييم المبحوثين لدرجة سهولة تبادل المعلومات والتنسيق بعد استخدام الانترنت.	5-26
182	أهم الخدمات التي استفادت منها المؤسسات عند استخدامهما للانترنت.	27
184	توزيع أفراد العينة حسب استخدام المؤسسات للانترنت في عملية الترويج.	28
186	توزيع أفراد العينة حسب الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت على أداء العمال.	29
188	توزيع أفراد العينة حول الأثر الايجابي للانترنت على مردودية العمل داخل المؤسسات.	30
190	درجة موافقة المبحوثين على أن غياب الانترنت يؤدي إلى ضعف الأداء المهني.	31
192	درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت يعتبر بابا للحوار والنقاش مع مختلف عمال المؤسسات.	32
193	درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت تساعد في عملية اتصال المؤسسات بالعمال خارج أوقات العمل.	33
195	درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت مكنتهم من المشاركة في العمل واتخاذ القرارات.	34
197	درجة موافقة المبحوثين على أن الانترنت ساهمت في تسهيل عملية التواصل بين مختلف أقسام الإدارة.	35
198	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الانترنت في توسيع نشاطات المؤسسات.	36

200	توزيع أفراد العينة حسب مدى تعامل المؤسسات مع مؤسسات أخرى.	37
202	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع المؤسسات للتعامل مع مؤسسات أخرى.	38
204	توزيع أفراد العينة حسب إجابات العمال حول ما إذا كانت الصبغة العالمية للمؤسسات تفرض على عمالهما التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية.	39
205	توزيع أفراد العينة حسب نوع التبادل الذي يتم بين المؤسسات وعمال مؤسسات أجنبية.	40
208	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تدفع عمال المؤسسات إلى عدم التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية.	41
210	توزيع أفراد العينة حول الأثر الذي أحدثه تعامل عمال المؤسسات مع عمال مؤسسات أخرى.	42

2- فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
58	مخطط يوضح نموذج الاستخدامات والإشباعات.	01
61	نموذج النسق الاجتماعي عند بارسونز.	02
90	مخطط استخدام تكنولوجيا الأنترنت كبنية أساسية للأعمال والتجارة الإلكترونية.	03
115	العوامل التي تؤثر على الأداء الوظيفي.	04



فهرس

الموضوعات

فهرس الموضوعات.

الصفحة.	المحتوى.
	شكر وتقدير.
	إهداء.
	خطة الدراسة.
09	مقدمة.
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.	
15	تمهيد.
16	أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.
19	ثانياً: فرضيات الدراسة.
20	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.
20	3-1- الأسباب الذاتية:
20	3-2- الأسباب الموضوعية.
21	رابعاً: أهمية الدراسة.
21	خامساً: أهداف الدراسة.
22	سادساً: تحديد مفاهيم الدراسة.
22	6-1- الاستخدام.
22	6-2- الأنترنت.
24	6-3- المؤسسة.
25	6-4- المؤسسة الاقتصادية.
26	6-5- الأثر.

26	6-6- الأداء
28	6-7- الأداء المهني.
28	6-8- العمال.
29	سابعا: مجالات الدراسة.
29	7-1- المجال الجغرافي.
32	7-2- المجال الزمني.
33	7-3- المجال البشري.
34	ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها.
35	تاسعا: مجتمع وعينة الدراسة.
35	9-1- مجتمع الدراسة.
36	9-2- عينة الدراسة.
38	عاشرا: أدوات جمع البيانات.
38	10-1- الملاحظة.
39	10-2- الاستبيان.
40	حادي عشر: الدراسات السابقة.
41	11-1- الدراسة الأولى.
42	11-2- الدراسة الثانية.
43	11-3- الدراسة الثالثة.
45	11-4- الدراسة الرابعة.
47	11-5- الدراسة الخامسة.
49	11-6- الدراسة السادسة.
51	11-7- الدراسة السابعة.

52	11-8- الدراسة الثامنة.
53	11-9- الدراسة التاسعة.
56	ثاني عشر: المقاربة النظرية المعتمدة.
56	12-1- النظرية الاستخدامات والإشباع.
58	12-2- النظرية الوظيفية.
62	خلاصة الفصل.
63	قائمة مصادر ومراجع الفصل.
الفصل الثاني: مدخل نظري حول الانترنت واستخداماتها.	
72	تمهيد.
73	أولاً: الانترنت واستخداماتها.
73	1-1- شبكة الأنترنت نشأتها وتطورها.
75	1-2- أهمية وفوائد شبكة الأنترنت.
77	1-3- خصائص ومميزات شبكة الانترنت.
78	1-4- الخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنت.
78	1-4-1- الصفحة الإعلامية العالمية (World With Web).
79	1-4-2- البريد الإلكتروني.
79	1-4-3- خدمة نقل الملفات (F T P).
79	1-4-4- خدمة التراسل الفوري (Instst Messaging).
79	1-4-5- مجموعات النقاش.
80	1-4-6- البحث بكتابة عنوان (U R L).
80	1-4-7- خدمة المحادثة.
80	1-4-8- خدمة التخاطب المباشر (-Internet Relay Chat – IRC).

81	1- 4- 9- التعلم الإلكتروني (E-Learning).
81	1- 4- 10- المؤتمر الإلكتروني (Electronic Conférence).
81	1- 4- 11- التسويق.
81	1- 4- 12- خدمة الجوفر (Gopher).
82	1- 4- 13- المبيعات (Sales).
82	1- 4- 14- خدمة تلنت (Telnet).
82	1- 5- أهم محركات البحث على شبكة الأنترنت.
83	1- 5- 1- محرك البحث جوجل (Google).
83	1- 5- 2- محرك البحث (Bing).
83	1- 5- 3- محرك البحث (Duckduck Go).
84	1- 5- 4- محرك البحث (Yahoo! Search).
84	1- 5- 5- محرك البحث (Wolfram Alpha).
84	1- 5- 6- محرك البحث (Ask.Com).
84	1- 5- 7- محرك البحث (Yandex).
84	1- 5- 8- محرك البحث (Lxquick).
85	1- 6- إيجابيات وسلبيات شبكة الأنترنت.
85	1- 6- 1- إيجابيات شبكة الأنترنت.
86	1- 6- 2- سلبيات وعيوب شبكة الأنترنت.
87	ثانيا: استخدامات الأنترنت داخل المؤسسة الاقتصادية.
87	1- 2- أسباب استخدام الأنترنت في المؤسسة الاقتصادية.
88	2- 2- أهمية الأنترنت بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية.
91	2- 3- مجالات استخدام الأنترنت في المؤسسات الاقتصادية.

91	2-3-1- التسويق الإلكتروني.
92	2-3-2- التجارة الإلكترونية.
93	2-3-3- الإعلان الإلكتروني.
93	2-4- تأثير الانترنت على المؤسسة الاقتصادية.
94	2-5- معوقات استخدام الأنترنت في المؤسسات الاقتصادية.
96	خلاصة الفصل.
97	قائمة مصادر ومراجع الفصل.
الفصل الثالث: مدخل نظري حول الأداء المهني.	
107	تمهيد.
108	أولاً: الأداء المهني.
108	1-1- أهمية الأداء المهني.
108	1-1-1- بالنسبة للعاملين.
108	1-1-2- بالنسبة للمنظمة.
109	2-1- أنواع الأداء.
109	2-1-1- معيار المصدر.
109	2-2-1- معيار الشمولية.
110	3-2-1- المعيار الوظيفي.
111	2-4- معيار الطبيعة.
112	3-1- محددات الأداء المهني.
112	1-3-1- محددات داخلية.
112	2-3-1- المحددات الخارجية.
113	4-1- العوامل المؤثرة على الأداء المهني.

113	1-4-1- التوقعات (Expectations).
113	2-4-1- الدوافع (Incentives).
113	3-4-1- المهارات والمعارف (Skills And Knowledge).
114	4-4-1- التغذية الراجعة (Feedback).
114	5-4-1- القدرات (Capacity).
114	6-4-1- تصميم العمل (Job Design).
116	ثانيا: تقييم الأداء المهني.
116	1-2- طرق تقييم الأداء المهني.
116	1-1-2- الطرق التقليدية.
117	2-1-2- الطرق الحديثة.
118	2-2- أهمية عملية تقييم أداء العاملين.
119	3-2- عناصر تقييم الأداء.
119	1-3-2- تحديد الغرض.
119	2-3-2- تحديد المسؤول عن عملية التقييم.
120	3-3-2- توقيت إجراء التقييم.
120	4-3-2- معايير تقييم الأداء.
120	4-2- عوامل تقييم الأداء.
121	1-4-2- عوامل شخصية.
121	2-4-2- عوامل النتائج.
121	3-4-2- عوامل السلوك.
122	5-2- صعوبات قياس وتقييم أداء العاملين وطرق معالجتها.
125	خلاصة الفصل.

126	قائمة مصادر ومراجع الفصل.
	الفصل الرابع استخدام الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال.
131	تمهيد.
132	أولاً: تحليل البيانات الشخصية.
142	ثانياً: عادات وأنماط استخدام عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي للانترنت.
156	ثالثاً: الإشباعات التي تحققها شبكة الانترنت لعمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي.
169	رابعاً: الأثر الذي أحدثه استخدام الانترنت لدى عمال مؤسستي ميناء جن جن ودبي
213	خامساً: النتائج العامة للدراسة.
219	سادساً: إثبات ونفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.
222	خلاصة الفصل.
223	قائمة المصادر والمراجع.
225	الخاتمة.
228	توصيات الدراسة.
232	الملاحق.
245	قائمة المصادر والمراجع.
263	فهرس الجداول والأشكال.
269	فهرس الموضوعات.
277	ملخص الدراسة.



ملخص

الدراسة

ملخص الدراسة:

يعيش العالم اليوم واقعا متغيرا وجديدا، يتميز بالديناميكية، والسرعة، والمرونة والتبادلية، وتنوع المفاهيم، واتساعها، في ظل التطور الذي تشهده تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي غزت مختلف مناحي الحياة الاجتماعية، والسياسية والاقتصادية والتعليمية، ويعتبر المجال الاقتصادي المعيار الرئيسي لقياس درجة نمو الدول.

إن المؤسسات بشتى أنواعها أدركت أهمية هذه التكنولوجيات في إعطاء دفع قوي لتسيير نشاطاتها بكل يسر، وأصبح لزاما عليها البحث عن طرق جديدة للإنتاج والتسويق والترويج لمنتجاتها وخدماتها.

فقد استطاعت الأنترنت تحقيق ما لم تحققه باقي التقنيات الأخرى في مجال السرعة والإبتكار والنمو، بعيدا عن أي قيود وشروط من حيث الزمان والمكان فهي بمثابة مركز توثيقي ضخم أصبح العالم كله ينشر فيه معلوماته وأحداثه وأعماله ونشاطاته، بحيث خلقت جو من التفاعل عن طريق تبادل المعلومات بسرعة عالية، فالانترنت صارت بمثابة سوق تجارية عالمية، تجرى عبرها مختلف النشاطات المتعلقة بالبورصات العالمية، وعقد الصفقات، والتعريف بالمؤسسات، مما خلق فضاء إلكتروني للتبادل والاتصال عن بعد سواء بين الأفراد أو المؤسسات، وهذا ما وفر على المؤسسات الاقتصادية الكثير من الجهد في تسيير نشاطاتها نظرا لما تقدمه من خدمات ومعلومات تساعدهم في تحسين أدائهم.

وقد حاولنا إعطاء صورة عن واقع استخدام الانترنت في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ومؤسستي ميناء جن جن ودبي أنموذجا، حيث تبين أن إدارتي المؤسسات تشعان عمالهما للعمل على شبكة الانترنت، مما دفعهم لاستخدام هذه التقنية بشكل كبير في انجاز عملهم، وكذا زيادة معلوماتهم وتكوين رصيدهم المعرفي، وهذا ما فتح باب للحوار والنقاش بين عمال المؤسسات وعمال مؤسسات أخرى، إضافة إلى مشاركتهم في اتخاذ القرارات وتحسين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسات، مما

فرض على عمالهما ضرورة التعامل مع عمال مؤسسات أجنبية، نظرا للصبغة العالمية التي تكتسيها
المؤسسة مما أثر بشكل ايجابي على أداء العمال وانجاز الأعمال بسرعة ودقة عالية.

Summary

It is a fact that nowadays, we are experiencing a new dynamic world marked by speed, flexibility, reciprocity and diversity of perceptions. It is also a fact that modern communication technology is witnessing a significant progress. It had invaded deferent social, political, economic and educational aspects of life. In the meanwhile the economic sphere is considered as the main criteria for measuring state's development.

Many societies realized the crucial role of technology in facilitating and simplifying their activities. They are obliged to search for new ways to product, market, and promote their products and services.

Internet could achieve what other techniques failed to in terms of speed, innovation and development, without restrictions and conditions of time and space, it represents a massive documentary center where all the world share his informations, events, businesses and activities. Internet created an atmosphere of interaction throughout sharing informations exponentially. It has become a world trade market where many activities related to world stock market, transactions and presenting of foundations took place which led to create an electronic space of sharing and telecommunication between individuals and societies. Thanks to all informations and services provided by internet, economic societies are easily managing their activities.

We have tried to provide a view of the use of internet in Algerian economic societies and we took as a model: Djen-djen and Dubai societies. And it turns out that both of them are encouraging their employees to work on internet which caused them to use it excessively to improve their performances and to increase their knowledge. This act opened a space of dialogue and debate between the employees of the two societies and employees from other societies, in addition to their participation in decisions-making and improving internal and external communication of the two societies. So their employees were forced to deal with employees of foreign societies and due to universalizing of the two societies that positively affects the performance of employees and doing business rapidly and with extreme precision.